

# **”Synd om alle programmer skal bli så fordømt like, da”**

**- en produksjons- og tekstanalyse av fjernsynsformatet  
kulturnyhetsmagasin**

**Marita Bergtun**

**Hovedoppgave i medievitenskap for cand.philol.-graden  
Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo  
Våren 2006**



## Sammendrag

Denne oppgaven undersøker hybridformatet *kulturnyhetsmagasin* gjennom analyser av tre norske fjernsynsprogrammer; *Stereo* (NRK2), *Absolutt underholdning* (TV2) og *Extra* (TV3), alle sendt daglig på hverdager. Undersøkelsen baserer seg på analyser av programmenes sendinger i ukene 46 og 47 2002, og intervjuer med de produksjonsansvarlige. Den metodiske tilnærmingen er således en kombinasjon av tekstanalyse og produksjonsanalyse. Enkelte relevante dokumenter trekkes også inn for belyse tekst- og produksjonsanalysene. Formålet er å undersøke ulike strukturelle faktorer som kan virke fremmende eller motvirkende på en mangfoldig kulturdekning, og nyhetsmagasinets muligheter og betingelser for mer fordypende kulturdekning og dekning av andre kulturformer enn populærkultur. Tekstanalysen konsentrerer seg i stor grad om programmenes filmdekning. Funnene er for det første at redaksjonenes produksjonsrammer, herunder økonomi og tidsskjema, samt deres fokus på seertall og på å tiltrekke seg attraktive seergrupper, virker begrensende for spillerommet til å presentere mangfold. Videre viser tekstanalysene at samtlige program hovedsakelig er konsentrert rundt populærkultur framfor høykultur, men samtidig at formatet utnyttes på ulike måter i de tre programmene. Graden av fordypning er til dels avhengig av hvilket rom programmene har for å benytte ulike tilnæringsmåter til kulturen.

## Abstract

This thesis seeks to examine the hybrid format *culture news magazine* through analyses of three Norwegian television programmes; *Stereo* (NRK2), *Absolutt underholdning* (TV 2) and *Extra* (TV3), all of which transmitted daily on weekdays. The examination is based on analyses of the transmitted programmes in the weeks 46 and 47 in 2002, and interviews with the Head of Production for each program. The methodological approach is therefore a combination of text and production analysis. In a few cases documents are used in order to elucidate the text and the production analyses. The aim is to examine different structural factors which can have an effect on the possibilities for variety in the journalistic approaches to culture. Further, the aim is to examine the news magazine's possibilities and conditions for thorough journalistic approaches to culture and for covering culture forms other than pop culture. The text analyses are mainly focused on the programme's approaches to film as culture product. Firstly, the examinations are demonstrating that time schedules and limited economy have an effect in reducing the possibilities for variety in journalistic approaches. Secondly, the focus on reaching specific and large groups of audiences also has the same reducing effect on the possibilities for variety. The text analyses discover that all three programmes mainly covers pop culture in preference to fine arts. At the same time, the analyses show that the three programmes exploit the format's possibilities in different ways, and the degree of thoroughness depends on how the format is exploited.



## FORORD

Arbeidet med denne hovedoppgaven startet høsten 2002 og har således pågått over relativt tid. Mye av arbeidet med innsamling av empiri, bearbeiding av det empiriske materialet og selve skriveprosessen var gjort ved årsskiftet 2003/2004, da jeg ble ansatt på fulltid i administrasjonen ved Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo. Med et hektisk liv i ny jobb har ferdigstillelsen av teksten stadig blitt utsatt og forsinket. Men omsider setter jeg nå punktum for studenttilværelsen.

Oppgaven hadde aldri blitt til og ikke minst *ferdig* uten min veileder, kollega og venn Trine Syvertsen. Tusen, tusen takk for all hjelp og støtte, for at du har gitt utallige timer av din travle tid, for uendelig mange nyttige tilbakemeldinger, og for din humoristiske sans og din utrolige evne til å være blid og streng på samme tid. Jeg kunne ikke hatt en bedre veileder enn deg! Videre vil jeg takke min veiledningsgruppe, ledet av Espen Ytreberg. I oppgavens tidlige fase var dere et viktig bidrag både til progresjonen og til å holde riktig kurs i arbeidet, og dere ga meg motivasjon og inspirasjon. Så tusen takk; Espen, Elin, Line og Yngvar.

Takk til Rådet for anvendt medieforskning for at dere trodde på mitt prosjekt og tildelte meg hovedfagsstipend i 2004. Videre vil jeg rette en stor takk til mine arbeidsgivere ved Det humanistiske fakultet, som med velvilje og god støtte har gitt meg muligheten til å fullføre oppgaven denne våren.

En stor takk går også til ansatte og studievenner ved Institutt for medier og kommunikasjon, fordi dere gjør IMK til et særs hyggelig og inspirerende sted å studere. Spesielt vil jeg takke Line, Vilde og Åse for diverse praktisk hjelp i den siste og hektiske fasen. Ikke minst retter jeg en stor takk til Ferenc Kovacs for assistanse til bearbeidelsen av videomaterialet.

Til slutt en stor og varm takk til alle rundt meg som har oppmuntret og trøstet når jeg har hatt hjertet i halsen og følt for å gi opp.

Blindern, mai 2006

Marita Bergtun



1. INNLEDNING, PERSPEKTIVER OG PROBLEMSTILLINGER.....	1
1.1 Innledning .....	1
1.1.1 Undersøkelsens fokus: hybridformatet kulturnyhetsmagasin.....	2
1.2 NRK2, TV 2 og TV3 – historikk og organisasjonsstruktur.....	3
1.2.1 1987-1996 – fra én til fem norske kanaler.....	4
1.2.2 Allmennkringkastingen i endring.....	4
1.2.3 Allmennkringkastingsbegrepet i endring .....	5
1.2.4 NRK2, TV 2 og TV3 – ulike premisser for programproduksjonen.....	7
1.3 Kulturbegrepet og kultur på fjernsyn .....	10
1.4 Problemstillinger .....	11
2. METODISKE TILNÆRMINGER.....	15
2.1 Overordnet metodisk tilnærming .....	15
2.1.1 Komparativ analyse.....	15
2.1.2 Metodetriangulering .....	16
2.1.3 Normativ analyse .....	16
2.2 Produksjonsanalyse.....	18
2.2.1 Utvalg av informanter .....	18
2.2.2 Gjennomføring og behandling av intervjuene.....	18
2.2.3 Om å intervju elite.....	20
2.3 Programanalysen .....	21
2.3.1 Utvalg av program og enheter .....	21
2.3.2 Tekstanalyse.....	22
2.4 Dokumentanalyse.....	24
2.4.1 Utvalg av dokumenter .....	24
2.4.2 Hvordan forholde seg til dokumentene .....	24
3. KULTURMANGFOLD – STRUKTURELLE BETINGELSER.....	27
3.1 Produksjonsrammer – økonomi, tidsskjema og aktualitetskrav .....	27
3.1.1 Økonomiske rammer.....	27
3.1.2 Planlegging og gjennomføring av sendingene – tidsskjema og aktualitetskrav .....	29
3.2 Seertallsfokus og målgrupperetning.....	31
3.2.1 Seertall .....	31
3.2.2 ”Riktige” seergrupper.....	36
3.3 Samfunnsoppdrag og programforpliktelser.....	38
3.3.1 Programprofil i lys av samfunnsoppdraget .....	39
3.3.2 Avstand til konkurrentene .....	43
3.3.3 Samfunnsoppdraget og programforpliktelsenes funksjon – en oppsummering.....	46
4. KULTURNYHETSMAGASIN? .....	47
4.1 Kulturnyhetsmagasinet – på jakt etter en hybridsjanger .....	48
4.1.1 Beskrivelse av programmenes struktur og programledernes roller .....	49
4.1.2 Studioutforming og romfølelse .....	55
4.2 Ulike typer innslag .....	57
4.3 Innslagene – antall og kulturell bredde .....	59
4.3.1 Antall innslag .....	60
4.3.2 Kulturbegrepet som spenningsfelt.....	62
4.3.3 Innslagene – tema og vinkling .....	65
4.4 Hvor endte jakten? .....	70

5. FILMDEKNING PÅ NYHETENES PREMISSE	73
5.1 Samlet filmdekning i utvalgsperioden	73
5.1.1 Hierarkiske strukturer innenfor filmen som kulturform	75
5.2 Filmdekning gjennom meldinger og innslag med likhetstrekk til meldinger	79
5.2.1 Meldingenes oppbygning	79
5.2.2 Komprimert presentasjonsform i andre typer innslag	80
5.3 Filmkritikkene	82
5.3.1 <i>Harry Potter og mysteriekammeret</i>	83
5.3.2 <i>Blodspor</i> og <i>Sex og Lucia</i> – ulike tilnæringsmåter?	87
5.4 Filmsaker med utpreget nyhetskarakter	92
5.4.1 Filmkunst eller d(rap)?	93
5.4.2 Steven Spielberg som politisk mekler	95
5.4.3 Julia Roberts uten en tråd?	96
5.5 Fordypende filmjournalistikk?	99
6. AVSLUTTENDE DRØFTINGER OG BETRAKTNINGER	101
6.1 Drøftinger av analysens funn	101
6.1.1 Strukturelle betingelser for en mangfoldig kulturdekning	101
6.1.2 Hybridformatet kulturnyhetsmagasin	104
6.1.3 Kulturnyhetsmagasinets muligheter for mangfoldig kulturdekning	105
6.2 Avsluttende betraktninger	106
LITTERATUR	109
REFERERTE DOKUMENTER	113
REFERERTE AVISARTIKLER	113
REFERERTE FILMER	114
REFERERTE FJERNSYNSPROGRAMMER	115
SENTRALE NETTADRESSER	116
APPENDIKS 1: INTERVJUGUIDER	117
<i>Absolutt underholdning</i> og <i>Stereo</i>	117
<i>Extra</i>	118
APPENDIKS 2: TRANSKRIPSJONER	119
Kodenøkkel	119
Innslag fra <i>Stereo</i>	120
Innslag fra <i>Absolutt underholdning</i>	124
Innslag fra <i>Extra</i>	128



# 1. INNLEDNING, PERSPEKTIVER OG PROBLEMSTILLINGER

## 1.1 Innledning

”Synd om alle programmer skal bli så fordømt like, da.” Tittelen til denne oppgaven har jeg lånt fra et intervju med Line Hødnebø, prosjektleder i kulturmagasinet *Stereo* (NRK2), høsten 2002. Hødnebøs utsagn illustrerer hennes dilemma som programprodusent i en smal nisje på et marked der konkurransen om seerne er tøff. Et lignende utsagn finner vi i Dagsavisen 7. februar 2003, fra daværende kulturminister Valgerd Svarstad Haugland: ”Mangfoldet burde generelt vært mye større enn det er i dag.” Kommentaren står som avslutning til en debatt om kulturdekningen i NRK, som har pågått i avisen i flere dager. I perioden 4. til 7. februar 2003 får den statlige institusjonen kritikk for mangelfull kulturdekning i fjernsynet både av to tidligere kultursjefer i NRK, Stein-Roger Bull og Synne Skouen, samt av daværende kinodirektør i Oslo Kinematografer, Ingeborg Moræus Hanssen. Slike debatter oppstår med jevne mellomrom. Også i *Standpunkt* (NRK1) 21. oktober 2003 var kulturdekningen i NRK tema, i en debatt som omhandlet NRK-lisensens legitimitet anno 2003. Et stadig tilbakevendende argument i slike debatter er at hvis lisensen skal opprettholdes, må NRK-kanalene skille seg fra de kommersielle kanalene. Fokuset på seertall må ikke overskygge hensynet til et programtilbud som samlet skal dekke behov hos alle seergrupper i befolkningen.

Kultur i fjernsynssammenheng regnes vanligvis som smalt programinnhold rettet mot spesielt interesserte seere, i motsetning til for eksempel nyheter, sport og underholdning. Samtidig er det et ideal med solid rotfeste både hos norske myndigheter og i befolkningen for øvrig at media skal presentere kultur, og dekningen skal være både variert og omfangsrik. Sammen med det presset kulturarbeidere og kultureliten øver overfor opinionen for kulturens plass i media, er dette viktige forklaringsfaktorer på hvorfor særlig kulturdekningen trekkes fram når NRKs forpliktelser som allmennkringkaster drøftes.

TV 2 er også en allmennkringkaster, og har i likhet med NRK forpliktelser til kulturdekning spesifisert gjennom sin konsesjonsavtale. Men som reklamefinansiert kanal er TV 2 i større grad enn NRK avhengig av seertall for å opprettholde sin eksistens. Uten seere uteblir reklamekronene.

Hvis det er slik at alle programmer, uansett innhold, skal ha et visst antall seere for å kunne opprettholde sin eksistens, vil kanalene potensielt sett møte en utfordring ved produksjon av programmer med mer marginalt innhold som kultur. Hvordan kan NRK og TV 2 møte kravene om en variert og omfangsrik kulturdekning, og samtidig trekke til seg store seergrupper? Det eksisterer mange ulike programsjangere og mange ulike måter stoff kan vinkles på. En mulig løsning på dilemmaet kan være å presentere kultur i en form som kan appellere til mange seere samtidig.

### **1.1.1 Undersøkelsens fokus: hybridformatet kulturnyhetsmagasin**

Denne undersøkelsen retter seg mot tre programmer som presenterer kulturstoff i et hybridformat jeg har kalt kulturnyhetsmagasin, og søker å utforske hva som karakteriserer formatet og hvilke muligheter som finnes i dette formatet for mangfoldig kulturdekning og fordypende kulturjournalistikk. Videre søker undersøkelsen å avdekke noen strukturelle faktorer som kan virke fremmende eller motvirkende på en mangfoldig kulturdekning. Avslutningsvis i dette kapittelet kommer jeg tilbake til mer presise formuleringer av problemstillingen og utdypende operasjonaliseringer av denne.

De tre programmene som undersøkes er *Absolutt underholdning* (TV 2), *Stereo* (NRK2) og *Extra* (TV3)<sup>1</sup>. Undersøkelsen baserer seg på analyser av programmenes sendinger i ukene 46 og 47 2002, og intervjuer med de produksjonsansvarlige. Informantene er henholdsvis Line Hødnebo, prosjektleder i *Stereo*, Ronnie Baraldsnes, redaksjonssjef i *Absolutt underholdning* og Peter Setzman, eksekutiv produsent i *Extra*. Programmene undersøkes således gjennom en kombinasjon av tekstanalyse og produksjonsanalyse. I tillegg vil ulike dokumenter bli trukket inn underveis for å belyse produksjons- og tekstanalysene.

*Absolutt underholdning* produseres av TV 2 og startet sendingene i august 2001. Programmet er en arvtaker til det tidligere sendte *Underholdningsnyhetene*. I utvalgsperioden ble programmet sendt daglig mandag til fredag fra klokken 19.00 til 19.20, og programlederne var vekselvis annenhver uke Connie Barr og Stål Talsnes.

*Stereo* ble produsert av NRK2 Kultur. Programmet hadde i undersøkelsesperioden sendetid mandag til torsdag fra 20.05 til 20.30, og programlederen var i 2002 hovedsakelig Nina

---

<sup>1</sup> *Extra* har en bred stoffmiks, som i tillegg til mer typisk kulturstoff inkluderer human interest-historier og sensasjonsstoff.

Stensrud Martin<sup>2</sup>. *Stereo* ble sendt første gang i januar 2002 og var en videreutvikling av programmet *Nyhetsblikk*.

*Extra* ble fra august 2002 sendt mandag til torsdag fra klokken 19.30 til 20.00, men i de to utvalgsukene hadde programmet sendetid fra 15.35 til 16.05 de samme dagene. Programleder var i hele perioden Hanne Fjellvang. Programmet ble produsert av produksjonsselskapet Baluba television. Svensk og dansk TV3 sendte egne parallelle, noe lokalt tilpassede utgaver av programmet med henholdsvis svensk og dansk programleder. I denne undersøkelsen analyseres kun den norske utgaven.

Etter uke 47 i 2002, det vil si den forhåndsbestemte sesongslutten for programmet, har ikke *Extra* vært tilbake i TV3s sendeskjema. Programmet fikk dermed bare én sesongs levetid. *Stereo* fortsatte til og med høsten 2003, men den siste sesongen endret programmet profil og ble kun sendt hver søndag. *Absolutt underholdning* er fortsatt i produksjon våren 2006. *Stereo* hadde i undersøkelsesperioden et gjennomsnittlig seertall på 24.750. For *Absolutt underholdning* var det tilsvarende tallet 291.000, mens for *Extras* del lå seertallene i gjennomsnitt på 29.375.<sup>3</sup> *Absolutt underholdning* hadde altså omtrent ti ganger så mange seere som begge de to øvrige programmene.

En redegjørelse for fjernsynskanalenens historie og deres plassering i det norske markedet, samt en kort introduksjon av kulturbegrepet og ulike måter kultur kan presenteres på fjernsyn, vil utgjøre et bakteppe for den mer utdypende formuleringen av problemstillingen avslutningsvis.

## 1.2 NRK2, TV 2 og TV3 – historikk og organisasjonsstruktur

NRK2, TV 2 og TV3 er forskjellige typer fjernsynskanaler med ulik strukturell oppbygging og ulike forpliktelser. Slike strukturelle ulikheter kan direkte eller indirekte påvirke utformingen av programmene som sendes på kanalen. Det er derfor interessant å se nærmere på de tre kanalenes bakgrunn og hvilke prinsipper de organiseres etter.

---

<sup>2</sup> I store deler av mitt utvalg er Nina Stensrud Martin syk, og vaktstjefen Guttorm Andreassen har isteden overtatt hennes programlederrolle.

<sup>3</sup> Kilde: TNS Gallup. Det er rimelig å anta at tallene for *Extra* var høyere tidligere i sesongen, ettersom programmet i ukene 46 og 47 ble sendt på ettermiddagen istedenfor på sentral kveldstid. Videre ble *Stereo* sendt i reprise på NRK1 rundt midnatt, og reprisene hadde ifølge Line Hødnebø mellom 60 000 og 80 000 seere.

### **1.2.1 1987-1996 – fra én til fem norske kanaler**

NRK begynte sine sendinger på fjernsyn i 1960 og var eneste aktør på det norske markedet i nesten 30 år. Men på 1980-tallet mistet NRK sitt monopol i Norge, da ny teknologi og ny lovgivning gjorde det mulig for satellittkanaler å distribuere via kabelnett i hele Europa. Motstanden mot avmonopoliseringen var stor på Stortinget da den skandinaviske reklamefinansierte kanalen TV3 ble opprettet av Kinnevik-konsernet i 1987. Arbeiderpartiet hadde da sittet med regjeringsmakten siden året før. Kanalen fikk hovedsete i London, og norske myndigheter forsøkte å forhindre at TV3 ble distribuert i norske kabelnett. Motstanden mislyktes, og fra januar 1998 startet kanalen sendingene sine i Norge. Etter denne saken var Arbeiderpartiets restriktive politikk på hell, fordi motstanden mot den politiske linjen viste seg å være markant både blant folk generelt og innad i partiet. I oktober 1988 ble det åpnet for lovlig distribusjon også av skandinaviske satellittkanaler, og TVNorge etablerte seg samme høst (Syvertsen 1997: 30-31).

TV 2, Norges første reklamefinansierte kanal med allmennkringkasterforpliktelser, fikk konsesjon i 1991 og startet sendingene høsten 1992. Opprettelsen av kanalen fulgte i kjølvannet av en debatt som hadde pågått siden 1980. En viktig begrunnelse for opprettelsen av kanalen var å holde reklamepengene innenfor landets grenser, slik at de kunne komme norsk produksjonsmiljø og norske bedrifter til gode. I tilknytning til debatten om opprettelsen av TV 2, var NRK også på banen. Allerede i 1985 la NRK fram et forslag om et tokanalsystem der TV 2 skulle være underlagt institusjonen (Syvertsen 1997: 28-31). NRK hadde dermed i lengre tid ønsket seg en nummer to-kanal da NRK2 ble opprettet i 1996.

Før jeg gir en nærmere redegjørelse for hvordan NRK2, TV 2 og TV3 er organisert, vil jeg skissere to prosesser som har fulgt i kjølvannet av avmonopoliseringen på fjernsynsmarkedet: *1) Allmennkringkasternes strategi for å møte konkurransen og 2) Endringen av public service-begrepet.*

### **1.2.2 Allmennkringkastingen i endring**

Hvilke konsekvenser fikk avmonopoliseringen for de lisensfinansierte allmennkringkasterne i Europa? Espen Ytreberg skriver at konkurransen og dereguleringen på 80-tallet og første del av 90-tallet medførte at allmennkringkasterne måtte endre seg betraktelig for å sikre fortsatt legitimitet og overlevelse. De trengte en *strategi* for å overleve i konkurransesituasjonen.

Strategiene varierte både fra kanal til kanal og fra land til land, men utviklingen medførte i de fleste tilfeller at ”allmennkringkasterne på forskjellig vis ble preget av måten de kommersielle konkurrentene organiserte seg, hvordan de produserte programmer, hvilke oppfatninger og forventninger de hadde til tekstene og hvordan de målte og vurderte seeroppslutning” (2001: 2-3).

For eksempel hadde programprodusentene i monopoltida mye større frihet enn de har nå. De fast strukturerte sendeskjemaene som i dag kjennetegner NRK i like stor grad som for eksempel TV 2, eksisterte ikke for statskanalens del før i 1991. Foruten enkelte faste flater som *Barne-TV* og *Dagsrevyen*, var programproduksjonen i stor grad styrt av den enkelte programskapers eget ønske. Plasseringen av programmene i sendeflaten ble ofte først bestemt etter at programmene var ferdige (Syvertsen 1997: 123). Henrik Søndergaard tar utgangspunkt i den ”krise-diskursen” som har en tendens til å prege debatten rundt public service-mediene. Allerede i 1996 mener han å kunne argumentere for at allmennkringkasterne har overvunnet den krisen man fryktet at avmonopoliseringen ville føre med seg. Eksistensen har blitt sikret gjennom organisatoriske reformer i retning av økt markedstilpasning: ”Den programpolitiske og institusjonelle fornyelse, som disse medier i forskjellig omfang og med vekslende held har gjennomført med henblik på at kunne overleve den intensiverede konkurrence, har ganske åpenlyst haft karakter af en markedstilpasning” (1996: 176).

Allmennkringkasterne valgte altså å tilpasse seg konkurransen ved å ta i bruk mange av de samme grep som konkurrentene brukte. Et sentralt tema i debatten rundt utviklingen i konkurransesituasjonen er hvorvidt man får *større mangfold* eller *større ensidighet* i programtilbudet (Syvertsen 1997: 15, Syvertsens utheving). På den ene siden kan markedstilpasningen hos allmennkringkasterne ses som en positiv frigjøring fra et tungrodd og kostnadskrevende system. På den andre siden kan konkurransen medføre at seerne tilbys samme typer programmer uavhengig av kanalvalg, og at mangfoldet og variasjonen uteblir.

### **1.2.3 Allmennkringkastingsbegrepet i endring**

Med endringene i allmennkringkasternes organisering, følger et fornyet behov for legitimering av virksomheten. Nært knyttet til den foregående prosessen er således endringen av *allmennkringkastingsbegrepet*.

Begrepet har i Norden historisk sett vært forbundet med de offentlige, lisensfinansierte monopolene. Generelt er det også vanlig å bruke begrepet om private kanaler underlagt offentlig regulering. Et hovedkjennetegn ved allmennkringkastere er koblingen mellom privilegier og samfunnsoppgaver (Syvertsen 1997: 36-37). Både i TV 2 og NRK2 finner vi denne koblingen. Svanhild Breidalen skriver at de offentlige privilegiene gjør at kanalene ser det som en fordel å kalle seg selv allmennkringkaster, og at de derfor definerer begrepet slik at de selv faller innenfor. Videre er det et honnørord som vekker positive reaksjoner hos seerne (1999: 11).

I tillegg til de *direkte* offentlige privilegiene, fungerer begrepet altså som et kvalitetsstempel ovenfor seerne. Dette kan anses som et *indirekte* privilegium som både TV 2 og NRK2 kan dra nytte av. På den andre siden har vi *forpliktelsene* denne betegnelsen innebærer. De ulike definisjonene av begrepet er i større grad knyttet til den forpliktende siden. Trine Syvertsen gjør rede for tre måter begrepet "public service" har blitt forstått på:

- 1) *Offentlig gode*: Her refererer begrepet til offentlige ansvarsområder som vann, vei, kloakk og kommunikasjonsmidler. Det sentrale i denne forståelsen er at "godet" (i dette tilfellet allmennkringkasteren) skal være tilgjengelig for alle uten å koste for mye for den enkelte.
- 2) *Offentlighet*: Her har begrepet mer med innhold og verdier å gjøre. Det innebærer en forståelse av allmennkringkasteren som en offentlig institusjon som plikter å tilby et mangfold av programmer. Disse skal gi innsikt, refleksjon, opplevelse og kunnskap.
- 3) *I publikums tjeneste*: Denne betydningen er historisk sett en ny måte å forstå begrepet på, og forståelsen har relasjoner til tankegangen i kommersiell kringkasting. Det sentrale er publikums behov som individuelle tv-seere. I årene etter 1990 har både gamle og nye allmennkringkastere arbeidet for å legitimere denne definisjonen (1997: 37-38).

I denne sammenhengen er det særlig spenningsforholdet mellom forståelsen av begrepet som *offentlighet* og som *i publikums tjeneste*, som er interessant. Offentlighetstanken ligger nær opp mot oppfattelsen av allmennkringkasteren som en folkeopplyser. I en slik tankegang er det publikums behov for opplysning, kunnskap og informasjon som står sentralt. Når allmennkringkasteren skal arbeide i publikums tjeneste, er forståelsen av publikums behov mer diffus. Gjennom en aktiv omdefinering av "public service"-begrepet er det mulig å omgå noen av de programforpliktelser som tradisjonelt har fulgt allmennkringkasterne. Den generelle endringen hos allmennkringkasterne i retning de kommersielle kanalene som vi så

ovenfor, kan således legitimeres gjennom en endring av hva allmennkringkastingsbegrepet skal bety.

#### 1.2.4 NRK2, TV 2 og TV3 – ulike premisser for programproduksjonen

I henhold til flere forskere på fjernsynsfeltet er altså ikke lenger forskjellene mellom kommersielle og lisensfinansierte kanaler så store. Samtidig er det flere strukturelle trekk ved NRK2, TV 2 og TV3 som skiller dem fra hverandre. I tabell 1.2.4 presenteres noen grunnleggende premisser for drift og programproduksjon i TV3, TV 2 og NRK2:

**Tabell 1.2.4.1: Fakta om TV3, TV 2 og NRK2**

	<b>TV3</b>	<b>TV 2</b>	<b>NRK2</b>
<b>Oppstart</b>	Januar 1988	September 1992	August 1996
<b>Eiere</b>	Modern Times Group	Schibsted, A-pressen og Egmont	Det statseide aksjeselskapet NRK
<b>Nasjonalitet</b>	Sendes fra England, har søsterkanaler i Sverige og Danmark	Norsk, hovedkontor i Bergen	Norsk, hovedkontor i Oslo
<b>Lovgivning</b>	Underlagt EU-lovgivningen, britisk kringkastingslov og tidligere ITC, nå Ofcom <sup>4</sup>	Underlagt Kringkastingsloven og forskrifter til denne. Forholder seg også til en konsesjonsavtale	Underlagt Kringkastingsloven og forskrifter til denne, samt NRKs vedtekter
<b>Kanalprofil</b>	Uavhengig kanal med enterprisestruktur	Reklamefinansiert enterprisekanal med allmennkringkasterforpliktelser	Lisensfinansiert allmennkringkaster med enterprisestruktur. Nummer to-kanal
<b>Finansieringsform</b>	Reklame, sponing og interaktive tjenester	Reklame, sponing og interaktive tjenester	Lisens, sponing og interaktive tjenester
<b>Distribusjon</b>	Distribueres av Viasat Broadcasting per kabel og satellitt	Distribueres via bakkesendere, kabel og satellitt	Distribueres via bakkesendere, kabel og satellitt
<b>Befolkningsandel i Norge med tilgang til kanalen</b>	62,4 prosent per 4. kvartal 2002 <sup>5</sup>	97 prosent per 4. kvartal 2002 <sup>6</sup>	85 prosent per 1. kvartal 2003 <sup>7</sup>

#### *Eierskap, finansieringsform og kanalprofil*

Faktorene eierskap, finansieringsform og til dels kanalprofil plasserer de tre kanalene på ulike punkter i en skala. I den ene ytterkanten finner vi TV3, som er en privateid, kommersiell kanal i den ”reneste” form. TV3 finansieres av reklame og har ingen

<sup>4</sup> [http://www.itc.org.uk/about\\_the\\_itc/index.asp](http://www.itc.org.uk/about_the_itc/index.asp) Tilgjengelig: 25.04.03. ITC ga lisenser til og regulerte kommersielt fjernsyn i Storbritannia. Rådet var uavhengig av styresmakter og kringkastingselskapene, og ble finansiert gjennom tilskudd fra sine lisenshavere (omtrent 300). ITC ble fra utgangen av 2003 erstattet av Office of Communications eller Ofcom.

<sup>5</sup> [http://www.tv3.no/index.phtml?page\\_type=document&document=178&nav=171](http://www.tv3.no/index.phtml?page_type=document&document=178&nav=171) Tilgjengelig: 25.04.03

<sup>6</sup> <http://pub.tv2.no/TV2/program/mottak/article42546.ece> Tilgjengelig: 25.03.06

<sup>7</sup> <http://www.nrk.no/informasjon/2619784.html> Tilgjengelig 25.03.06

allmennkringkasterforpliktelser. Norske myndigheter kan derfor ikke stille *formelle* krav for eksempel til hva slags programmer TV3 skal sende. Fordi kanalen sender fra London, forholder den seg til britisk regelverk og EU-regelverket framfor norsk regelverk. Dette innebærer blant annet at TV3 kan ha hyppigere reklamepauser enn de norske kanalene.

TV 2 er også en privateid, reklamefinansiert kanal, men kanalen må forholde seg til en konsesjon tildelt av Kulturdepartementet. Den første konsesjonen ga TV 2 enerett til riksdekkende reklamefjernsyn fra 1992 til og med 2002. Dette er kanalens sentrale privilegium. Ved utgangen av perioden måtte eierne søke om å få fornye avtalen. Søknaden ble innvilget, og den nye avtalen er gyldig til utgangen av 2009. I tillegg til reklameprivilegiet og programforpliktelser, pålegger konsesjonsavtalen forpliktelser når det gjelder dekningsgrad, lokalisering, eierforhold, finansiering og teknisk utbygging. Kanalen plikter også å presentere en årlig melding om virksomheten til Kulturdepartementet (TV 2s konsesjoner 1992-2002 og 2003-2009). Til og med 2004 hadde Allmennkringkastingsrådet ansvaret for å overvåke at konsesjonsvilkårene følges, etter dette har Medietilsynet overtatt rollen.

Kanalens eiendomsforhold og finansieringsform gjør TV 2 til en kommersiell kanal. Samtidig peker programforpliktelser og privilegier i retning av en mer tradisjonell forståelse av begrepet allmennkringkaster. TV 2 kan derfor kalles en blandingskanal eller *hybridkanal* (Syvertsen 1997: 37). I forhold til TV3 kan TV 2 sies å befinne seg midt på skalaen med hensyn til eierskap, finansieringsform og kanalprofil.

I motsatt ende av skalaen i forhold til TV3, befinner NRK2 seg. Kanalen er en del av det statseide aksjeselskapet NRK og er selskapets andrekanal. NRK finansieres i hovedsak gjennom lisens, men de senere år har bedriften også hatt inntekter fra sponing og annen kommersiell virksomhet.<sup>8</sup> I NRKs vedtekter stilles krav til programinnhold i de to statlige fjernsynskanalene. Som for TV 2, gjelder at Medietilsynet har overtatt den overvåkende funksjonen som tidligere lå hos Allmennkringkastingsrådet.

---

<sup>8</sup> På NRKs hjemmesider finner man at Norsk Rikskringkastings datterselskap NRK Aktivum ble opprettet i 1997 for å skaffe inntekter i tillegg til lisensinntektene: "Basert på NRKs populære radio- og TV-programmer tilbyr NRK Aktivum et bredt spekter varer og tjenester. [...] I 2004 tilbakeførte NRK Aktivum hele 85 millioner kroner til morselskapet NRK" <http://www.nrk.no/aktivum> Tilgjengelig 25.03.2006



### *Enterprisestrukturen*

En *fellesnevner* for de tre kanalene som også knytter seg til kanalprofilen, er *entrepriestrukturen*. For TV3s del innebærer denne organisasjonsformen at kanalen kjøper alle program fra eksterne produsenter. TV 2 drives også etter en enterprisestruktur, men konsesjonsavtalene pålegger TV 2 å ha egenproduserte nyhets- og aktualitetsprogram. Kanalen produserer også sportssendinger selv.

I St.meld. 46 1994-95 finner vi at en forutsetning fra NRKs side ved opprettelsen av nummer to-kanalen, var at moderkanalens programprofil og programtilbud ikke skulle bli "forringet eller vesentlig endret". Ved konflikter skulle NRK1 ha prioritet. NRK2 skulle kun ha 15 fast ansatte og organiseres på en annen måte enn moderkanalen:

Kanalen skal ikke selv produsere programmer, men vil legge inn bestillinger i eksisterende programavdelinger og private produksjonsselskap og dessuten kjøpe inn norske og internasjonale produksjoner. De eksisterende programavdelinger i fjernsynet vil fortsatt være knyttet til NRK1, og produserer på bestilling NRK2 (St.meld. 46 1994-95 – vedlegg 1: Brev av 16.3.95 fra NRKs styre).

Dette innebærer at NRK2 i utgangspunktet skulle organiseres etter en lignende enterprisestruktur som den man finner i TV 2 og TV3, og som man tradisjonelt har funnet i de kommersielle kanalene. NRK2 er i dette henseende et norsk eksempel på den nye organiseringsformen innenfor de lisensfinansierte allmennkringkasterne, som Espen Ytreberg beskrev.

### *Dekningsgrad*

Som tabellen viser, er de tre kanalene relativt ulike med hensyn til dekningsgrad. TV3 faller dårligst ut med en dekningsgrad på 62,4 prosent. NRK2 når 85 prosent av befolkningen, mens hele 97 prosent av befolkningen har tilgang til TV 2. Det gjør at kanalene har ulike forutsetninger når det gjelder å trekke seere til programmene sine, noe som til dels kan være en forklaringsfaktor for de forskjellene vi så mellom seertallsoppslutningen for programmene jeg undersøker. For TV3s del virker dekningsgraden direkte inn på kanalens økonomi, ved at TV3 ikke kan ta like høye priser for reklametiden sin som TV 2. På grunn av lavere reklameinntekter enn konkurrenten, må TV3 fylle sendeskjemaet med billigere programmer for å oppnå fortjeneste (Gro Maren Mogstad Karlsen 2000: 57). De fortrinnene TV3 har fordi kanalen sender fra Storbritannia, kan dermed i noen grad sies å bli kompensert av den lave dekningsgraden.

### 1.3 Kulturbegrepet og kultur på fjernsyn

Litteraturen som omhandler kultur kan vitne om at det er vanskelig å definere kultur som fenomen og avgrense kultur fra andre samfunnsområder. På den ene yttersiden kan kultur være det samme som kunst (og bare det), på den andre siden kan kulturbegrepet omfatte et vidt spenn av ulike former; fra kunst til rock til fritidsaktiviteter som idrett. Det forekommer også mer abstrakte tolkninger av begrepet, som innebærer at kultur er byggverk av tankemønstre skapt av samfunnet (Bech-Karlsen 1991). I den generelle debatten rundt kultur det vanlig å operere med skiller mellom høykultur og populærkultur, selv om det er stor uenighet om hvor dette skillet egentlig går. Den franske sosiologen Pierre Bourdieu opererer for eksempel med begrepet "kulturelt hierarki" og plasserer ulike kulturformer i forskjellige sfærer etter deres status innenfor dette hierarkiet ([1965] 1990). Innenfor en enkelt kulturform kan man også snakke om slike hierarkier. Tar vi for oss film, er det for eksempel vanlig å skille mellom kunstoffilm og underholdningsfilm. På bakgrunn av en rekke faktorer ved filmen, som regi, skuespillerprestasjoner, handling, sjanger, produksjonsland, klipping og så videre, kan en films verdi vurderes. Men slike skiller vil også være betinget av smak og være gjenstand for uenighet og diskusjon.

Men det er også omdiskutert hvorvidt man fortsatt kan snakke om *eksistensen* av et skille mellom høykultur og populærkultur. I tilnærminger til kultur, er det derfor viktig å være oppmerksom på fenomenets kompleksitet og at grensene mellom høykultur og populærkultur i beste fall er flytende. Analyser av kulturjournalistikk er nyttig for å undersøke dagens spenninger av hva som ligger i begrepet kultur. Oppgaven søker å utforske disse grensene og spenningene både gjennom produksjons- og tekstanalyser. I kapittel 4 vil jeg gi en grundigere presentasjon av ulike tilnærminger til kulturbegrepet.

Hva kjennetegner et kulturprogram på fjernsyn? Både i innhold og form er ulikhetene store mellom for eksempel *Hovedscenen* (NRK2) og *God kveld, Norge!* (TV 2), men det kan likevel argumenteres for at de begge omhandler kultur og derfor kan kalles kulturprogram. Det finnes et spenn mellom kulturprogrammer som presenterer et verk eller en konsert i sin helhet, til programmer der man diskuterer enkeltverk i dybden, som for eksempel *Bokbadet* (NRK1). Videre finnes ulike talk show og magasinprogrammer, der en rekke ulike kulturformer presenteres gjennom kortere innslag og varierte tilnærmingsformer.

Jeg vil understreke at min redegjørelse ikke er ment å skulle være dekkende for alle typer kulturprogrammer, blant annet fordi grensene mellom ulike programsjangere er flytende og vi hele tiden ser at nye formater oppstår. Graeme Turner påpeker at fjernsynssjangere hele tiden er i endring: "Television genres are not constructed in relation to an Aristotelian model; individual programmes may evolve out of an originating premise that can itself be revised or shelved without guilt or hesitation" (2001: 6). En fjernsynssjanger kan dermed ikke forstås som noen absolutt størrelse. Turner skriver videre: "Genre is the product of a text- and audience-based negotiation activated by the viewer's expectations (2001: 7).

Fjernsynssjangere oppstår således i forhandlinger mellom teksten og tilskueren. Nye formater oppstår i møtet med etablerte formater, slik også programmene i denne undersøkelsen er eksempler på.

#### 1.4 Problemstillinger

Programmene jeg har valgt som gjenstand for analyse i denne undersøkelsen, er interessante å undersøke fordi:

- 1) samtlige presenterer kultur i et format som har likhetstrekk med tradisjonelle nyhetsmagasin  
og
- 2) de sendes på tre kanaler som har ulike strukturelle rammebetingelser og samfunnsoppdrag.

Dette gir muligheten til å undersøke kulturdekning innenfor en bestemt programform – kulturnyhetsmagasinet – samtidig som sammenligningen av programmene og programproduksjonene vil kunne si noe om hvordan ulike strukturelle omgivelser påvirker programmenes utforming.

Undersøkelsen beskriver og drøfter hvordan kultur presenteres i nyhetsmagasinet. Jeg ønsker spesielt å utforske nyhetmagasinets muligheter og betingelser for mangfoldig kulturdekning, fordypende kulturdekning og dekning av andre kulturformer enn populærkultur. Tre problemstillinger på ulike nivåer strukturerer oppgaven.

På det øverste nivået, makronivået, tar jeg for meg produksjonen av programmene sett i lys av de samfunnsmessige og markedsrelaterte premissene produsentene må forholde seg til.

Følgende problemstilling søkes besvart:

*1) Hvilke faktorer fremmer eller motvirker en mangfoldig kulturdekning?*

En mangfoldig kulturdekning vil i denne sammenhengen bety at programmene rommer et bredt spekter av kulturformer, fra populærkultur til høykultur, og ulike sjangere innenfor disse formene. Geografisk sett bør det være rom for kultur fra alle deler av Norge, samt kultur fra andre land og verdensdeler. I en mangfoldig kulturdekning gis både sentrale kulturinstitusjoner og den enkelte kulturarbeider en stemme, og det er plass for forestillinger, konserter og enkeltverk. Videre bør kulturen tilnærmes gjennom varierte framstillingsformer, og ha rom for både analytiske, kritiske og fordypende perspektiv i tillegg til de mer overflatiske nyhetspresentasjonene. Kulturlivet bør presenteres som et eget tema, og ikke bare som aktualitet. Det dreier seg således både om et kvalitativt og kvantitativt mangfold.

Tre viktige faktorer som kan fremme eller motvirke en mangfoldig kulturdekning er følgende:

- produksjonsrammer, det vil si økonomi, tidsskjema og aktualitetskrav
- seertallsfokus og målgrupperetting
- samfunnsoppdrag og politisk definerte programforpliktelser

På mesonivået undersøkes de sjangermessige trekkene ved programmene. I tillegg undersøkes programmenes kulturdekning med hensyn til mangfoldet av kulturformer som får en tilnærming i programmene og hvilke journalistiske framstillingsformer programmene rommer. Her vil jeg søke svar på følgende problemstilling:

*2) Hva karakteriserer hybridformatet kulturnyhetsmagasin?*

Her vil innbyrdes likheter og forskjeller mellom programmene, både sjangermessig og innholdsmessig, stå sentralt. Karaktertrekk som undersøkes er:

- programmenes oppbygning; innledning, midtdel og avslutning
- programlederroller
- tilstedeværelse av gjester
- studioutforming/romfølelse
- innslagenes sjanger; reportasje, melding, kritikk osv.
- antall innslag per program
- hvilke deler av det kulturelle hierarkiet programmene dekker

Det nederste nivået, mikronivået, er konsentrert rundt filmdekningen i programmene. Hva skjer når en bestemt kulturform – film – presenteres på nyhetenes premisser? Valget er blant annet begrunnet i at film er et av de sentrale satsningsområdene både i *Absolutt underholdning* (TV 2) og *Stereo* (NRK2). Mer utfyllende begrunnelser for dette valget finnes i kapittel 2 om metodiske tilnærminger. Problemstillingen på dette nivået er følgende:

3) *Hvilke muligheter finnes det i formatet for mer fordypende filmjournalistikk – og hva sier dette om nyhetsmagasinets muligheter for mangfoldig kulturdekning?*

Muligheter for fordypende filmjournalistikk vil her henge sammen med:

- i hvilken grad programmene dekker filmer fra ulike deler av det filmkulturelle hierarkiet
- hvordan hensynet til tempo og variasjon i programmene håndteres i forhold til innholdet i den enkelte sak
- i hvilken grad filmkritikkene drøfter også de tematiske sidene ved filmene og konklusjonene er begrunnet
- i hvilken grad filmene behandles på egne premisser; det vil si i hvilken grad det er filmen som kunstuttrykk og ikke andre utenforliggende elementer, som er fokus i innslagene

Kapitlene 3, 4 og 5 vil henholdsvis konsentrere seg rundt besvarelsen av de tre problemstillingene. I neste kapittel drøftes de ulike metodiske tilnærmingene i undersøkelsen.



## 2. METODISKE TILNÆRMINGER

Hva kan intervjuene med de programansvarlige tilføre tekstanalysen av programmene, og omvendt? Espen Ytreberg kombinerer i sin doktoravhandling om NRK Fjernsynet, *Allmennkringkastingens autoritet*, tekstanalyse med produksjonsanalyse. Han argumenterer for at en slik kombinasjon er fruktbar og at medieforskere i større grad burde gjøre lignende studier. Det gir mulighet for å trene bak allmennkringkasterens legitimering utad, som han mener i større og større grad ser ut til å være i konflikt med de reelle prioriteringene i produksjonen (2001: 6). En annen undersøkelse i norsk sammenheng som kombinerer tekstanalyse med produksjonsanalyse, er Eva Bakøy og Trine Syvertsens (red.) *Sjekking på tv. Offentlig ydmykelse eller bare en lek?* Her analyseres *Reisesjekken* (TVNorge), og undersøkelsen kombinerer tekstanalyse av programmene med intervjuer med publikum, deltakere, produsenter og programledere. På den måten belyses svært mange sider av programmet. Gjennom en kombinasjon av tekstanalyse og produksjonsanalyse søker jeg både å avdekke den faktiske programutformingen, men også noen av de faktorer som ligger til grunn for denne utformingen.

### 2.1 Overordnet metodisk tilnærming

I undersøkelsen kombineres analyse av kvalitative dybdeintervjuer med tekstanalyse av programmene. I tillegg analyseres enkelte dokumenter som er relevante for problemstillingene og som kan bidra til å belyse temaet ytterligere. De ulike metodene som benyttes vil drøftes hver for seg, men først vil jeg gjøre rede for noen mer overordnede sider ved den metodiske tilnærmingen.

#### 2.1.1 Komparativ analyse

Undersøkelsen som helhet kan kalles en *komparativ analyse*. I sin doktoravhandling foretar Trine Syvertsen en slik sammenlignende analyse av britisk og norsk allmennkringkasting. Hun peker på en del likheter mellom de to landene som kan holdes som *konstanter* i undersøkelsen. Samtidig, sier hun, er landene tilstrekkelig ulike til at det er interessant å gjøre en slik sammenligning (1992: 45). Analyseobjektene i denne undersøkelsen har på samme måte noen likheter som kan holdes konstant. For det første sendes programmene på norske<sup>9</sup> fjernsynskanaler for et norsk publikum. Programprodusentene konkurrerer således på det samme markedet. Videre har programmene mange overflatiske likhetstrekk, som

---

<sup>9</sup> Jeg regner her TV3 som en "norsk" kanal på grunn av dens norske profil.

sendetidspunkt og sendingenes hyppighet, slektskapet til nyhetssjangeren, og et innhold som primært er konsentrert rundt kultur. *Ulikheter* mellom analyseobjektene er blant annet at kanalene de sendes på, har forskjellig organisasjonsstruktur og finansieringsform. Dette innvirker på programprodusentenes arbeidssituasjon. Ved siden av likhetene i programform og -innhold, finner vi også mange ulikheter som gjør det interessant å se nærmere på programmene.

### 2.1.2 Metodetriangulering

Det å gjøre bruk av flere metoder innenfor den samme undersøkelsen, kalles *metodetriangulering*. Knut Helland et.al. hevder at det å benytte flere metoder kan styrke validiteten til prosjektet, fordi man kompenserer for svakheter ved én metode ved å bruke også andre metodiske tilnærminger (1997: 101). Innenfor én undersøkelse kan man eksempelvis gjøre bruk av *både* av kvalitative og kvantitative metoder; alternativt kan man benytte seg av flere ulike kvalitative *eller* kvantitative metoder. De tre metodene som benyttes i denne undersøkelsen, er alle kvalitative.

Bruken av ulike metoder kan også gi mer pålitelige funn, ved at man har mulighet for å kryss-sjekke opplysninger fra forskjellige kilder. Ett eksempel på dette i min undersøkelse, er programmenes seertall. Under intervjuene ga informantene omtrentlige oversikter som ikke kan regnes som fakta. Jeg innhentet derfor tall fra TNS Gallup, og disse må kunne anses som pålitelige. I analysen av filmdekningen har jeg studert ulike presseklipp om filmene som dekkes. Presseklippene har bidratt med informasjon som programmene ikke selv gir. Gjennom å øke min egen kunnskap ved hjelp av andre kilder, har det vært mulig for meg å stille spørsmålsteget ved programmenes tilnærmingsmåte. For å styrke påliteligheten i undersøkelsen som helhet, har jeg hele veien forsøkt å la de ulike metodene supplere hverandre og gjensidig styrke hverandre.

### 2.1.3 Normativ analyse

Tanja Storsul bruker i sin doktorgradsavhandling en metodisk tilnærming hun kaller ”normativ analyse”. Metoden er en eksplisitt kombinasjon av normativ og empirisk analyse:

By making the value judgements explicit, the normative premises for the empirical analysis are made transparent and open to agreement or disagreement by the reader. Even if it is impossible for the researcher to explicitly state all her or his normative interests in a research project, simply because of capacity and because we are not consciously aware of all our values, the core value judgements can be opened up (2002: 37).



Ved bruk av normative analyser er det således et ideal at forskeren gjør rede for sitt ståsted slik at leseren kan ta stilling til de premissene som ligger til grunn. I boka *Mediemangfold* redegjør Trine Syvertsen for tre ulike tilnærmingsmåter til evaluering av mediepolitikken innhold og konsekvenser som har vært brukt i norsk medieforskning; *evaluering ut fra normativ teori*, *evaluering ut fra politiske målsettinger* og *evaluering ut fra politikkenes konsekvenser* (2004: 51-55).

Det vil ligge et *normativt perspektiv* på kulturjournalistikk til grunn for undersøkelsen. Det normative perspektivet tilsvarer det som kommer til uttrykk i Kulturdepartementets krav til kulturdekning i våre allmennkringkastere, og Allmennkringkastingsrådets tolkninger av disse kravene i sin rapport for 2002. Dette perspektivet ligger nedfelt i problemstillingene, som er grunnet i at kulturdekningen bør være mangfoldig framfor ensidig, og at kulturjournalistikken bør være fordypende framfor overflatisk. Fra mitt ståsted bør altså programmene kunne romme et bredt spekter av kulturformer, fra populærkultur til høykultur, og ulike sjangere innenfor disse formene. Geografisk sett bør det være rom for kultur fra alle deler av Norge, samt kultur fra andre land og verdensdeler. Både sentrale kulturinstitusjoner og den enkelte kulturarbeider bør gis en stemme, og det bør være plass for forestillinger, konserter og enkeltverk. Videre bør kulturen tilnærmes gjennom varierte framstillingsformer og ha rom for både analytiske, kritiske og fordypende perspektiv, i tillegg til de mer overflatiske nyhetspresentasjonene. Kulturlivet bør presenteres som et eget tema, og ikke bare som aktualitet.

I henhold til Syvertsens inndeling, plasserer denne undersøkelsen seg primært i den andre kategorien – evaluering ut fra politiske målsettinger. Syvertsen beskriver den metodiske tilnærmingen gjennom to trinn; først foretas en gjennomgang av offentlige dokumenter for å identifisere mediepolitiske målsettinger for det spesifikke området, som her vil bety målsettingene for kulturdekningen på fjernsynsområdet. I neste trinn analyseres i hvilken grad den politiske organiseringen av området – deriblant valg av virkemidler – korresponderer med disse målsettingene (2004: 53). Mine analyser søker å avdekke i hvilken grad de politiske målsettingene gjenspeiles i den faktiske kulturdekningen.

## 2.2 Produksjonsanalyse

Intervju og feltobservasjon er vanlige metoder for å undersøke produksjonen av medietekster. Med hensyn til undersøkelsens problemstillinger, gir intervjuer nødvendig og dekkende informasjon her.

### 2.2.1 Utvalg av informanter

Jeg begynte forarbeidet til intervjudelen av undersøkelsen høsten 2002, og i oktober 2002 gjennomførte jeg de to første intervjuene. Det siste foretok jeg i februar 2003. Med informantenes samtykke presenterer jeg dem under fullt navn. Antallet intervjupersoner er begrunnet i den metodetriangulære tilnærmingen til programmene. Med flere intervjuer kunne lett den produksjonsmessige delen av analysen omfangsmessig gå på bekostning av tekstanalysen. Fordi jeg i forkant hadde liten innsikt i hvordan den faktiske programproduksjonen foregår, ønsket jeg å snakke med en person som sitter med mye oversikt i forhold til produksjonen. Det var derfor naturlig å kontakte en av de produksjonsansvarlige.

### 2.2.2 Gjennomføring og behandling av intervjuene

Jeg ville benytte en intervjuform der intervjupersonene kan uttrykke seg mest mulig fritt, og valget falt på det som kalles kvalitative, semistrukturerte intervjuer. I slike intervjuer er temaene definert på forhånd, og man utarbeider gjerne en intervjuguide forut for intervjuet (Helland et.al. 1997: 83). De to første intervjuene, som var med henholdsvis Ronnie Baraldsnes (*Absolutt underholdning*, TV 2) og Line Hødnebo (*Stereo*, NRK2), ble gjennomført med bare én ukes mellomrom. Med ett unntak av ett spørsmål benyttet jeg en identisk guide i disse intervjuene. Bakgrunnen var at jeg i utgangspunktet ønsket at intervjuene skulle være mest mulig like, slik at det ville være lett å sammenligne dem.

Intervjuet med Peter Settman (*Extra*, TV3) ble gjennomført mer enn tre måneder etter de to første. Guiden til dette intervjuet er laget med utgangspunkt i den som forelå fra de to foregående intervjuene, men her er det gjort enkelte endringer. Ettersom jeg hadde analysert de to første intervjuene i en forstudie i november 2002, forandret jeg intervjuguiden ut fra kunnskapen forstudien hadde brakt. Korrigeringen av guiden gjaldt i særlig grad overlappende spørsmål. Programtilpasningen var også mer omfattende til dette intervjuet, ettersom jeg ønsket å snakke med Settman om årsakene til at *Extra* var tatt av TV3s sendeskjema. I tillegg

skiller *Extra* seg fra de øvrige programmene ved at det ble produsert eksternt, noe som fordret en tilpasning av enkelte spørsmål. Intervjuguidene finnes i appendiks 1.

Intervjuet med Ronnie Baraldsnes ble etter hans ønske foretatt på en kafé i Oslo sentrum, mens Line Hødnebø inviterte meg til sitt kontor i NRKs radiobygning på Marienlyst. Produksjonsselskapet Baluba television holder til i Stockholm, og jeg valgte å gjennomføre intervjuet med Peter Setzman via telefon. Roger Shuy skriver at anvendelsen av telefonintervju kontra personlig intervju i liten grad har vært utforsket. På bakgrunn av noen få studier konkluderer han med at det er vanskelig å måle nøyaktige forskjeller i anvendelse, men at personlig intervju med en svak tendens faller mer positivt ut på noen områder. Et av disse områdene er at respondentene gir kvantitativt mer informasjon i personlige intervjuer (2001: 539).

Jeg erfarte at telefonintervjuet ble markant kortest i varighet av de tre intervjuene. Dette kan ikke utelukkende skyldes innstrammingen av intervjuguiden, ettersom *svarene* Setzman ga i mange tilfeller er kortere enn svarene til de andre intervjupersonene. Samtidig kan det påpekes at intervjuet med Hødnebø er betraktelig lenger i varighet enn intervjuet med Baraldsnes. Hvorvidt forskjellene skyldes ulik setting eller intervjupersonenes ulike personligheter, er det vanskelig å si noe sikkert om. Det ideelle hadde naturligvis vært å benytte den samme intervjuformen i alle tre tilfeller, og da fortrinnsvis personlige intervjuer i tilnærmet like omgivelser. Under arbeidet med analysen av intervjuene, har det også vist seg vanskeligere å tolke Setzmans utsagn fordi de er kortere.

Men når det er sagt, hadde også telefonintervjuet en del åpenbare fordeler for meg i og med at Setzman befant seg i et annet land. Som Shuy påpeker, er blant annet kostnadseffektivitet og tidsbesparelse noen av flere fordeler ved telefonintervju (2001: 540-541). Særlig var det viktig for meg å begrense den tidsmessige avstanden fra programmet gikk ut av produksjon til intervjuet ble gjennomført.

Knut Helland et.al. skriver at kvalitative, semistrukturerte intervju gir ”stor grad av fleksibilitet siden det er mulig og naturlig å stille oppfølgingsspørsmål” (1997: 83). Under intervjuene stilte jeg stadig oppfølgingsspørsmål, noe som også bidro til ulike svar fra respondentene.

Alle intervjuene ble tatt opp på lydbånd, etter avtale med intervjupersonene. Helland et.al. mener at bruk av båndopptaker kan styrke både påliteligheten og gyldigheten til et forskningsprosjekt, fordi man som forsker kan forholde seg til det som blir sagt ord for ord (1997: 100). Et alternativ kunne være å notere underveis, men flere ulemper knytter seg til denne fremgangsmåten. For det første ville metoden stille store krav til oppmerksomheten fra meg som intervjuer, og for det andre ville det være vanskelig å sitere intervjupersonene korrekt på den måten båndopptakeren tillater. En ulempe med bruken av båndopptaker er at intervjuene avhenger av lydforholdene og av opptakerens tekniske stand. I denne undersøkelsen viste lyden seg å være noe vekslende fra intervju til intervju, blant annet på grunn av støy i rommet der vi satt. Videre er bruken av båndopptaker noe mer tidkrevende fordi intervjuene må transkriberes i ettertid. Men disse transkripsjonene gir til gjengjeld et materiale det er enkelt å forholde seg til under arbeidet med analysen. Alt i alt vurderte jeg det slik at fordelene med å bruke båndopptaker var viktigere enn ulempene.

I etterkant av intervjuene transkriberte jeg dem i en tilnærmet flytende og sammenhengende tekst. Sitatene som gjengis i analysen, har gjennomgått nok en tilpasning fra muntlig form til en form som ligger tett opp mot normen for skriftlig tekst. At Settman og jeg snakker ulike språk, skapte i noen tilfeller utfordringer for kommunikasjonen. Jeg regner likevel ikke disse utfordringene som betydelige. I transkripsjonen har jeg oversatt hans intervju til norsk.

### **2.2.3 Om å intervju elite**

Hvem satt med makten i intervjusituasjonen? ”Vanligvis er det forskeren som tar initiativet, som tar den endelige avgjørelsen om møter, tema, progresjonen i intervjuet, når et tema er utfyllende dekket, og ikke minst hvordan dataene skal presenteres i publikasjonen” (Ryen 2002: 119-120). Når man intervjuer den typen informanter som kan kalles ”elite”, snus gjerne situasjonen på hodet: ”Erfaringer med å foreta eliteintervju, ”intervju opp”, viser mange eksempler på at det faktisk er respondenten som overtar mye av styringen” (Ryen 2002: 120).

Under intervjuene skulle jeg som student (”amatør”) intervju tre personer om deres egen jobb. Dette er et saksfelt der de selv er ”eksperter” eller ”elite”. Det var jeg som tok initiativet til samtlige møter, og jeg bestemte også tema. Progresjonen styrte jeg ved

intervjuguiden, samtidig som informantene fikk snakke relativt fritt *innenfor* hvert tema. Tidspunktet for møtet og varigheten måtte jeg i utgangspunktet overlate til informanten å bestemme. Jeg forsto hvor travle deres arbeidsdager var, og fryktet at de ikke ville la seg intervjuer hvis jeg satte for høye krav. Når det kom til stykket, fikk jeg likevel mer tid enn avsatt da jeg hadde behov for det.

Selv om informantene har lest gjennom og godkjent alle sitater, er tolkningen av intervjuene i en videre kontekst min. Det er kun ett punkt hvor jeg i ettertid kan se at informantene hadde mer kontroll enn meg grunnet deres ekspertrolle. Som følge av min begrensede kunnskap på flere av de områder intervjuet berørte, overlot jeg til respondentene å bestemme når enkelte temaer var ferdig dekket. I dekkningen av saksfelter der jeg følte at kunnskapen min var mangelfull, opplevde jeg det som utfordrende å stille gode oppfølgingsspørsmål og vurdere om jeg hadde nok stoff. I ettertid ser jeg at jeg gjerne skulle ønsket meg mer utfyllende svar på enkelte områder. Men dette har også sammenheng med at intervjuene ble foretatt på et tidlig tidspunkt i arbeidet med undersøkelsen. I prosessen har det naturlig nok dukket opp nye spørsmål og innfallsvinkler enn dem jeg hadde da jeg startet arbeidet med prosjektet.

## 2.3 Programanalysen

Mens produksjonsanalysen befinner seg på undersøkelsens makronivå, utgjør *programanalysen* de to underliggende nivåene, mesonivået og mikronivået.

### 2.3.1 Utvalg av program og enheter

Programmene er satt sammen av mange ulike elementer og har dessuten en del faste variasjoner fra dag til dag og fra uke til uke. Gjennom en to ukers utvalgsperiode er det mulig å ta hensyn til slike variasjoner. Til grunn for analysen ligger alle programutgaver av de tre programmene sendt i ukene 46 og 47 2002, det vil si fra og med 11. til og med 22. november. Utvalget utgjør åtte utgaver av *Stereo*, ti av *Absolutt underholdning* og syv av *Extra*. De totalt 25 programutgavene utgjør litt i overkant av ti timer materiale. I tillegg til å fange opp variasjoner, gir omfanget av materialet mulighet til å veie opp for en uforutsigbarhet knyttet til sendingene. *Extra* utgikk tirsdag 12. november, da TV3 isteden sendte en fotballkamp i Champions League. Videre ble programlederen for *Stereo* syk den samme dagen, og redaksjonen valgte da å vise reprisen av en sending fra måneden før. Uke 46 alene ville dermed gitt et tynt grunnlag for analyse av *Extra* og *Stereo*. Valg av utvalgsperiode er ikke

basert på spesielle hensyn til innhold eller andre faktorer. På mesonivået i undersøkelsen kan det spesifikke utvalget derfor regnes som *tilfeldig*.

Mikronivået i undersøkelsen er konsentrert rundt filmdekningen i programmene. Her har jeg foretatt et *strategisk utvalg*. Gjennom kartlegging av hele programmaterialet og deretter opptelling av antall saker, fant jeg at alle tre programmer har den tyngste deknningen på musikkområdet, etterfulgt av film. *Absolutt underholdning* og *Stereo* har ukentlig egne musikk- og filmdager, slik at det er naturlig å regne musikk og film som spesielle satsningsområder i disse to programmene. Det er derfor hensiktsmessig å konsentrere seg om én av disse formene. En begrunnelse for valget av film, er at *Stereo* ikke gir anmeldelser av musikk. En tilnærming til musikkstoffet ville dermed ikke muliggjøre sammenligninger av programmenes kritikker. En tilleggsfaktor her, er at *Stereo* er det eneste programmet på NRKs tv-kanaler som fast ukentlig dekker film i perioden jeg undersøker. Dermed kan denne analysen gi grunnlag for å diskutere NRK Fjernsynets journalistiske filmdekning høsten 2002. Blant filmstoffet har jeg igjen foretatt et *strategisk utvalg* av innslag som analyseres. Utvalget er gjort på bakgrunn av en grundig gjennomgang av samtlige 25 sendinger, samt generell kunnskap om programmene.

I det vedlagte videomaterialet finnes én fullstendig utgave av hvert program (mandag 18. november 2002).

### **2.3.2 Tekstanalyse**

Tekstanalysens to nivåer fordrer ulike tilnærmingsmåter til materialet. På mesonivået undersøkes de sjangermessige trekkene ved programmene. I tillegg undersøkes programmenes kulturdekning på et mer overordnet plan, med hensyn til mangfoldet av kulturformer som får en tilnærming i programmene og hvilke framstillingsformer programmene rommer. Det begrepsmessige verktøyet som brukes i disse analysene, er hentet fra teori knyttet til sjanger, kulturjournalistikk, nyhetsjournalistikk og kultur som uttrykksform. På mikronivået undersøker jeg formatets muligheter for analytiske, kritiske og fordypende perspektiv og hvorvidt det er rom for at kulturen framstilles som eget tema framfor aktualitet. Analysene er basert på enkeltinnslag om film. Også her vil teori knyttet til nyhetsjournalistikk og kulturjournalistikk, samt til film som kulturform, utgjøre det begrepsmessige verktøyet.

Hva er den mest hensiktsmessige metoden for å studere og dokumentere den journalistiske tilnærmingen i fjernsynsprogrammer? ”The analysis of media texts should include detailed attention to their language and texture” (Fairclough 1995: 33). *Transkripsjoner* av programmene kan ofte være et godt utgangspunkt hvis målet er å studere medietekster på nært hold. I undersøkelser der det av forskjellige årsaker er behov for detaljrike transkripsjoner, er det vanlig å la hvert utsnitt utgjøre en enhet, slik at klippene skiller mellom enhetene (se for eksempel Ytreberg 2001).

I mine transkripsjoner har jeg tatt utgangspunkt i utsagnene til programlederne, reporterne, gjestene og andre intervjupersoner, og framstilt språket mest mulig sammenhengende. Enhetene er avgrenset og nummerert ut fra tydelige stans i talen. Begrunnelsen for å framstille språket i en flytende form, er at *meningen* i utsagnene står sentralt i undersøkelsen. Jeg har også notert aktørenes latter, ettersom latteren i noen tilfeller har betydning for analysene. Når det gjelder aktørenes dialekter, har jeg transkribert i henhold til skriftmalen for den målformen som ligger nærmest dialekten. Annen lyd har jeg ikke tatt hensyn til. De ulike bildene som vises sammen med talen, har jeg kort beskrevet i den rekkefølgen de framtrer på skjermen. Transkripsjonene av samtlige innslag som analyseres i undersøkelsen, finnes i appendiks 2.

Tekstanalysen undersøker et hybridformat – kulturnyhetsmagasinet – og formatets muligheter for presentasjon av fordypende kulturjournalistikk og mangfoldig kulturdekning. Et premiss for undersøkelsen er således at alle programmene faktisk tilhører et slikt format. Til dels vil formålet med mesonivået i undersøkelsen nettopp være å kunne påvise dette slektskapet mellom programmene. Videre er formålet på dette nivået å undersøke mangfoldet i kulturdekningen, ved å ta for meg fullstendige programutgaver og diskutere det totale produkt seerne tilbys. For å kunne analysere programmenes kulturjournalistikk, fordrer dette mer nærgående analyser av enkeltinnslag. Målet er å identifisere noen gjennomgående tendenser i kanalenes dekning og kulturjournalistikk generelt. Tendensene vil jeg så bruke i en mer overordnet kulturpolitisk diskusjon.

## 2.4 Dokumentanalyse

Trine Syvertsen gir følgende definisjon av dokumentanalyse: "[...] en betegnelse for en systematisk analyse av skrevne eller audiovisuelle beretninger som ikke er produsert eller generert av forskeren selv" (1998: 2).

### 2.4.1 Utvalg av dokumenter

Jeg har selektivt og strategisk valgt ut noen få dokumenter som jeg mener bidrar med spesielt relevant bakgrunnsinformasjon for mitt prosjekt. Systematikken i analysen av denne delen av undersøkelsen begrenser seg derfor til det enkelte dokument. Typen dokumenter jeg forholder meg til er hovedsakelig *offentlige*, som vil si at dokumentene er "skrevne, publiserte, offentlig tilgjengelige, institusjonelle, utadrettede og samtidige" (Syvertsen 1998: 3).

Jeg har for det første forholdt meg til lovverket som gjelder de tre kanalene. Det dreier seg om Kringkastingsloven og forskrifter til denne, NRKs vedtekter, TV 2s to konsesjonsavtaler (1992-2002 og 2003-2009), EUs fjernsynsdirektiv og Ofcoms regelverk. Videre forholder jeg meg også til Allmennkringkastingsrådets vurderinger av NRK og TV 2s programtilbud i årene 2002 til 2004. Ved henvendelse til TNS Gallup har jeg fått tilgang til seerstatistikker for programmene, og videre har jeg forholdt meg til kanalenes og programmenes hjemmesider på internett. Ulike presseklipp fungerer som supplerende bakgrunnsstoff i undersøkelsen som helhet. Med unntak av seertallsoversiktene, er alle disse dokumentene å anse som offentlige i den forstand at de er tilgjengelige for alle som måtte ønske å lese dem.

### 2.4.2 Hvordan forholde seg til dokumentene

I forhold til alle disse typer dokumenter er det viktig å ha en kildekritisk holdning. Syvertsen skriver at "[o]ffentlige dokumenter er sammensatte og et hovedproblem er at *reliabiliteten* kan variere svært mye når det gjelder faktaopplysninger" (1998: 5, Syvertsens utheving). Syvertsen presiserer også at man må ta hensyn til den funksjon dokumentet er ment å skulle ha. Man må identifisere avsender, målgruppe og formål med dokumentet, samt plassere det i forhold til andre dokumenter (1998: 9). Dokumenter kan for eksempel være produsert i markedsføringsøyemed, og på grunn av dette blant annet utelate kritikkverdige eller på andre måter negative forhold. Avisstoff kan være tilspisset, forfalsket og overdrevet for å selge mer, og det kan inneholde propaganda eller være utsatt for manipulasjon fra kildenes side. I tillegg



produseres det under tidspress, noe som gjør det sårbart for feil (Helland et.al. 1997: 53). En kritisk holdning til dokumentene fordrer dermed at man tar hensyn til slike forhold.

Reliabilitetsproblematikken er relevant for kanalenes og programmenes internettsider, samt for presseklippene. Internettsidene må oppsøkes av publikum selv og kan i første omgang sies å ha en informativ funksjon. På samme tid er disse nettsidene opplagt produsert også i markedsføringsøyemed. Jeg bruker internettsidene til kanalene til to formål. For det første fungerer de som en informasjonskanal til ulike *fakta* om kanalene og programmene, og for det andre som en kilde til de respektive fjernsynskanalenes *presentasjon* av programmene. Programpresentasjonene analyserer jeg som markedsføringstekster, der jeg tar høyde for at de uttrykker det bildet fjernsynskanalene ønsker å gi av programmene til publikum. I forhold til faktainformasjonen om kanalene regner jeg nettsidene som reliable kilder.

Avisklipp kan i varierende grad regnes som reliable kilder, blant annet fordi avisjournalister har stort tidspress og i realiteten få muligheter til å rette opp feil når de først har kommet på trykk. Dette forholdet gjelder naturligvis i større grad for avisenes papirutgaver enn for internettutgavene. Samtlige av artiklene jeg har benyttet er i elektronisk form. I de tilfeller der jeg benytter avisklipp til å samle ulike typer faktainformasjon, har kryss-sjekking likevel vært et godt verktøy til å sikre reliabiliteten. Når avisklipp brukes mer som et selvstendig analyseobjekt, som i debattene rundt kulturjournalistikken, har det vært mer problematisk å avgjøre reliabiliteten i innholdet. Det er vanskelig for meg å sjekke for eksempel om intervjupersoner har blitt korrekt sitert.



### 3. KULTURMANGFOLD – STRUKTURELLE BETINGELSER

En av problemstillingene jeg stilte i kapittel 1, var følgende: *Hvilke faktorer fremmer eller motvirker en mangfoldig kulturdekning?* Faktorene jeg vil utforske er produksjonsrammer (økonomi, tidsskjema og aktualitetskrav), seertallsfokus og målgrupperetting, samt kanalenes samfunnsoppdrag og programforpliktelser. Analysen av intervjuene søker å avdekke hvordan disse faktorene spiller inn for produksjonen av de ulike programmene, og videre legge grunnlag for en drøfting av programmenes muligheter for en mangfoldig kulturdekning.

#### 3.1 Produksjonsrammer – økonomi, tidsskjema og aktualitetskrav

Økonomiske midler til rådighet og tidsskjemaet for produksjonen er nært sammenbundet, og setter rammer for hvilket produkt som kan tilbys oss som seere. Hvilke slike betingelser hadde de programansvarlige å forholde seg til under produksjonen? Kan denne typen betingelser sies å ha innvirkning på programmenes kulturmangfold, og i så tilfelle med hvilket utfall?

##### 3.1.1 Økonomiske rammer

Samtlige av de tre programansvarlige jeg intervjuet, berører den økonomiske faktoren. Spesielt gjelder det Line Hødnebø i *Stereo* og Peter Settman i *Extra*. Hødnebø forteller at *Stereo* har fått stadig mindre penger over budsjettet. Begrensede ressurser virker ifølge henne inn på kvaliteten på programmene de produserer: ”Vi kunne kvalitativt sett fått til mye spennende uten å bli altfor kommersielle, men da måtte vi hatt mer penger” (intervju 30.10.02). Videre har det konsekvenser for deres muligheter til å lage innslag utenfor Oslo og Norge: ”pengene begrenser mye. Vi har ikke så veldig stort reisebudsjett” (intervju 30.10.02). Før høstsesongen 2002 abonnerte redaksjonen på bildestoff fra utlandet, men blant annet av økonomiske hensyn har de nå sagt opp denne tjenesten. Dette har også begrenset deres muligheter til å presentere stoff fra utlandet. Hødnebø uttrykker flere ganger at hun mener Kringkaster<sup>10</sup> burde bevilge mer penger til produksjonen (intervju 30.10.02).

Peter Settman forteller at *Extra*, sett ut fra seertall, lyktes dårligere i Norge enn i de andre skandinaviske landene. Ifølge ham er forklaringen til dels at tv-kulturen er ulik i de tre landene, men primært mener han det skyldtes at norsk TV3 betalte minst for programmet: ”I Danmark og Sverige hadde vi også en lokalreporter som kunne lage reportasjer. Jeg fikk ikke

---

<sup>10</sup> Kringkaster er NRK som bestillingsenhet. Programavdelingene produserer på Kringkasters bestilling.

nok ressurser til å kunne gjøre det i Norge” (intervju 03.02.03). Han framstiller forholdet mellom tilgjengelige midler og ferdig produkt som proporsjonalt: ”Det svenske TV3 betalte mest, og da fikk de mest, og så kom Danmark, og så Norge. Det er jo faktisk den virkeligheten man lever i når det handler om kommersielt tv” (intervju 03.02.03). Settman gir flere ganger uttrykk for at han ønsket å lage et program som var mer ”norsk”, men at manglende midler sto i veien for dette. Ifølge Settman var de norske seerne mest interessert i kultur- og underholdningsstoffet, og mindre interessert i andre stoffområder programmet dekket. Han understreker at det *kun* var av økonomiske årsaker at det utelukkende fantes i innkjøpt stoff, hovedsakelig fra Hollywood, i denne stoffkategorien. Fra Settmans side var det et ønske å kunne lage lokale innslag om kultur og underholdning (intervju 03.02.03).

Ronnie Baraldsnes uttrykker ikke i samme grad som Hødnebø og Settman frustrasjon når det gjelder de økonomiske forutsetninger redaksjonen hadde å forholde seg til. Når han berører det økonomiske aspektet, knytter han det til kanalen TV 2 som helhet og dens forutsetninger som kommersiell kanal:

Vår primære oppgave er å lage produkter som flest mulig vil ha. [...] NRK skal, fordi det er lisensfinansiert, lage programmer som *Stereo*, som kan gi litt mer tid til det litt smalere, til de litt mindre gruppene som er interessert i akkurat de tingene der. Vi kan ikke gjøre det samme fordi vi er butikk. NRK vet hvor mye penger de får inn neste år. Vi vet ikke hvor mye penger vi får inn neste uke. Så enkelt er det (intervju 24.10.02).

I dette utsagnet kan man heller lese en form for begrunnelse for hvorfor programmet ser ut slik det gjør, framfor frustrasjoner over begrensede midler og ønsker om å forandre programmet i andre retninger, slik Hødnebø og Settman uttrykte.

En konklusjon av dette kan være at manglende ressurser i mindre grad ble opplevd som en begrensning i *Absolutt underholdning* enn i *Stereo* og *Extra*. Ifølge Hødnebø gikk mangelen på ressurser for *Stereos* del ut over kvaliteten på stoffet og muligheten for å lage innslag fra utlandet. Settman ønsket på sin side økte midler til å gjøre *Extra* mer lokalorientert eller ”norsk”. Samtidig kan man tolke Baraldsnes’ utsagn dit hen at økonomien for *Absolutt underholdnings* del ville bli dårligere, dersom man satset på smalere stoff rettet mot mindre og mer spesielt interesserte seergrupper. Budsjettet legger dermed begrensninger for variasjonen i stofftilfanget i samtlige programmer. Ut fra dette kan økonomi karakteriseres som en faktor som begrenser programmenes muligheter til å presentere kulturelt mangfold.

### 3.1.2 Planlegging og gjennomføring av sendingene – tidsskjema og aktualitetskrav

Å lage programmer som sendes direkte, er krevende for produsentene og programleiderne. Her gjelder prinsippet om at ”bordet fanger”, programmene kan ikke endres hvis noe går galt. Nyhetsprogrammer, som i størst mulig grad skal være oppdatert før sending, er av de få regelmessig sendte programmer som går direkte. Hvordan produseres programmene i undersøkelsen – sendes de direkte eller blir de tatt opp på forhånd? Og hvordan arbeider programskaperne i forhold til tidsskjemaer og -frister?

Med fire til fem sendinger per uke på sentral kveldstid, kan programmenes ytre ramme skape forventninger hos seerne om at stoffet som presenteres skal være aktuelt. Hvilke tanker har produsentene rundt programmenes aktualitet? Kan produksjonsformen og aktualitetskravet sies å ha innvirkning på det kulturelle mangfoldet i programmene?

Line Hødnebo forteller at produksjonen av *Stereo* endret seg fra vårsesongen til høstsesongen 2002. Programmet ble først sendt direkte, men etter sommeren gikk man over til å sende ”live on tape”. Endringen innebar at programmet nå ble spilt inn på ettermiddagen samme dag som det skulle sendes. Med denne produksjonsmåten kunne redaksjonen dele studioteknisk stab med andre produksjoner. Ved å benytte seg av staben halve dagen istedenfor hele, betalte de også bare halvparten av leien. En slik løsning er økonomisk gunstig, men den fører samtidig med seg begrensninger i form av tidligere deadline. Nå måtte de planlegge sendingene med tanke på en hel uke av gangen (intervju 30.10.02). Hun sier følgende om målsetningen for programmet når det gjelder aktualitet: ”Vi er jo et aktualitetsmagasin som går fire ganger i uka, så vi har press på oss til og vil i hvert fall være ukesaktuelle. Forrige sesong følte nok flere at vi klarte å være mer dagsaktuelle også, vi kastet oss mer rundt” (intervju 30.10.02). Den nye produksjonsmåten medfører ifølge Hødnebo altså at stoffet blir mindre aktuelt.

*Absolutt underholdning* sendes derimot direkte. Ifølge Ronnie Baraldsnes ligger vekten på reportasjestoff framfor samtaler og debatter i studio. Han forteller følgende om produksjonsmåten ut over dette:

Vi legger vekt på å produsere mest mulig, ideelt sett alt, samme dag som det sendes. Sendingen vår skal ha preg av å være et nyhetsmagasin fra kultur- og underholdningslivet, derfor er det litt viktig at det er ferske saker vi bruker. Og det betyr at når vi har redaksjonsmøte klokka ni hver morgen, så er det relativt lite som allerede er laget. Det er ganske lite som er forutbestemt. [...] Vi er i produksjon fra klokka 11-12, og det meste er ferdig oppimot sending, eller en time eller to før sending (intervju 24.10.02).

Programmet produseres således etter et prinsipp om at sakene skal være så "ferske" som mulig, for å gi programmet et preg av å være et nyhetsmagasin. Men selv om sakene stort sett produseres samme dag som de sendes, er det også behov for å se fram i tid under planleggingsprosessen: "Jeg sitter i dagene før og planlegger, omtrent med en ukes perspektiv framover i tid. Jeg har styring på muligheter, ting vi kan gjøre, prøver å tenke ut ideer på vrier tilknytta hendelser framover" (intervju 24.10.02).

Peter Setzman forteller at de lå omtrent tre uker i forveien i planleggingen av *Extra*. Ifølge ham kunne de ikke planlegge altfor lang tid i forveien, i og med at *Extra* skulle være et slags aktualitets- eller nyhetsprogram. Produksjonen var organisert slik at programmene ble spilt inn noen dager før sendetidspunktet:

Vi spilte inn alle programmene på fredagen, og så ble de sendt mandag, tirsdag, onsdag og torsdag. Så det var slik det ble planlagt. Men så hadde vi også noen lange planlegginger, det gjelder da innslag som man selv var ute og spilte inn. Samtidig som også utenlandske innslag hadde lang planlegging. Det som derimot hadde ganske kort planlegging og var up to date, var det som mer hadde nyhetskarakter, eller rene nyheter. De redigerte vi inn i programmet hver dag. Programmet var altså egentlig ferdig på fredagen, men hver dag redigerte vi inn hvis det var noen store nyheter (intervju 03.02.03).

I enda større grad enn for *Stereos* del, ser vi at *Extras* produksjonsskjema innvirker på programmets muligheter til å sende dagsaktuelle saker.

For samtlige tre produsenter synes aktualitetsaspektet å være et ideal, men *Absolutt underholdning* er det programmet som i størst grad produseres etter samme mønster som tradisjonelle nyhetsprogrammer. Helland og Sand skriver at man finner en stram struktur i nyhetsprogrammer, fordi produksjon av nyheter krever et omfattende apparat. Standardiserte rutiner bidrar til større fleksibilitet, ved at det blir lettere å inkludere og ekskludere innslag underveis. De som står bak programmene, kan konsentrere seg om innholdet istedenfor å måtte forberede programavviklingen (1998: 32-34). Spesielt i *Absolutt underholdning* kan produksjonsmåten og aktualitetskravet medføre at mer tidløse saker blir ekskludert. Som vi så over, vektla redaksjonen i *Absolutt underholdning* reportasjestoff framfor studiobasert stoff, noe som kan ha sammenheng med måten programmet produseres på. Produksjonsmåten kan således medføre at kulturen kun presenteres som en aktualitet, gjennom tilnærmingsformer som egner seg for nyhetsprogrammets stramme struktur.

## 3.2 Seertallsfokus og målgrupperetting

Både lisensfinansierte og kommersielle kanaler er avhengige av at programmene deres har seere for å eksistere. Når det gjelder de kommersielle kanalene er forholdet relativt opplagt – uten seere vil ikke annonsører kjøpe reklametid på kanalen, og inntektene vil forsvinne. For allmennkringkasterne vil det på sikt være vanskelig å legitimere lisensbetalingen dersom kanalen ikke har seere.

Men det handler ikke bare om å nå flest mulig seere, viktig er det også *hvem* som ser på programmene. Som Trine Syvertsen påpeker, finner man segment- og målgruppeorientering både i kommersielle og lisensfinansierte fjernsynskanaler. Kommersielle kanaler som skal selge reklametid før og etter programmene, må kunne skilte med seere som kan være interessert i å kjøpe produktene det reklameres for. De lisensfinansierte kanalene bruker målgruppeorienteringen blant annet for å forhindre at attraktive seergrupper skal forsvinne til de kommersielle kanalene (1997: 17). Særlig viktig for både kommersielle og lisensfinansierte kanaler er rekrutteringen av yngre seere, som skal sikre seergrunnlaget i årene framover. Hvordan forholder programprodusentene seg til seertalls- og målgruppeproblematikken, og på hvilken måte kan holdningene påvirke mangfoldet i kulturdekningen?

### 3.2.1 Seertall

Vi så i kapittel 1 at TNS Gallups seerstatistikker viste følgende gjennomsnittstall for programmene i perioden jeg undersøker: *Stereo*; 24.750, *Absolutt underholdning*; 291.000 og *Extra*; 29.375. *Absolutt underholdning* har således betydelig høyere seertall enn de to øvrige programmene. Hvilke tanker har programsjefene rundt seertallene slik de er høsten 2002? Opplever de press fra kanalledelsen for å øke tallene, og hvilke strategier har de eventuelt for å møte dette presset?

#### *Reelle og ønskede seertall for Stereo*

*Stereo* har færrest antall seere av de tre programmene. Line Hødnebø sier følgende om seertallsproblematikken:

I gjennomsnitt så har vi vel femogtredve til førti tusen seere på NRK2. Og reprisen varierer fra seksti til åtti tusen. Vi har alltid flere seere på NRK1, altså reprisen, selv om det ofte er etter midnatt. Så det er en svær diskusjon. Kanalen NRK2 når jo ikke ut til alle i Norge. Kanalen har kanskje slitt med å programprofilere seg, eller kanalprofilere seg, i forhold til NRK1. Om NRK2 skal være en avlastingskanal eller repriseringskanal (intervju 30.10.02).

Tallene Hødnebo presenterer for utsendelsen på NRK2, er høyere enn de statistikken fra TNS Gallup påviser. Ifølge prosjektlederen har programmet høyest seertall i reprisen på NRK1, til tross for sent sendetidspunkt. Hun forklarer dette dels med NRK2s lave dekningsgrad, dels med at kanalen har et identitetsproblem.

Hødnebo svarer følgende på spørsmålet om hvor høye seertall hun ønsker for programmet, sett ut fra det hun mener kan være realistiske mål:

I høst så gikk jeg og håpte. Med de endringene vi gjorde så hadde det vært morsomt om det begynte å krype opp mot åtti eller hundre tusen på NRK2. Det er det vi har på reprisen på NRK1, så det spiller kanskje ikke så stor rolle. Men det teller nå engang for Kringkaster at vi har oppbacking på første gangs utsendelse av programmet. [...] Med utgangspunkt i at vi er på NRK2, sender klokka åtte, som kanskje ikke er et ideelt sendetidspunkt, så hadde jeg vært veldig, veldig fornøyd hvis vi hadde ligget et sted mellom åtti og hundre tusen. Og det er langt fram (intervju 30.10.02).

Hennes mål er således en drøy dobling i forhold til de eksisterende tallene. Reprisen på NRK1 hjelper til å ”pynte på” bildet, men det er viktig for Kringkaster at programmet blir sett også første gang det sendes.

Hvilke signaler har Hødnebo fått fra NRK om programmets framtid på lengre sikt? På intervjutidspunktet er utsiktene ikke helt lyse:

Jeg tror nok Kringkaster er glad i *Stereo*, men har et problem med at vi treffer så få. Hvor få seere skal vi tillate oss å ha før programmet går dukken? Det er vel det Kringkaster bekymrer seg for, også. [...] Ett eller annet må vi gjøre hvis vi skal ha håp om å få fortsette med *Stereo* neste høst, som vi ikke har fått bestilling på ennå. Jeg tolker signalene dit hen at vi må få til noe mer enn det vi får til, og da blir det veldig lett å skjele til seertall (intervju 30.10.02).

Så langt har de altså kun fått bestilling for en sesong til av programmet, og Hødnebo frykter nedleggelse hvis ikke seertallene går opp. Ovenfor viste jeg at Hødnebo ønsket mer midler slik at de kunne lage kvalitativt sett bedre saker. Uten disse midlene og med press på seg til å få høynet seertallene, skjeler hun i retning av det hun kaller å ”bli kommersielle”: ”Løsningen blir fort å lage mer stoff på revyscenen og folk som Mia Gundersen” (intervju 30.10.02).

Framfor å lage mer stoff på den bredere anlagte populærkulturen som revyscenen representerer, ønsker Hødnebo at *Stereo* skal være ”Blindern-studentens våte tv-drøm”, eller et program rettet mot unge mennesker med høy utdanning og kulturinteresse:

NRK har jo et slagord, et mål om å være noe for alle alltid. Sånn sett så er det jo interessant å se: hva innebærer det? Da kan jo vi egentlig velge å hvile litt på laurbærene og si: vi har tall som viser at vi har en veldig lojal seergruppe, som er unge mellom tjue og førti med høy utdanning, kulturinteresse og som bor i byene. Jeg er godt fornøyd med det. Da vi begynte med *Stereo* i januar, så ble vi anmeldt som Blindern-studentens våte tv-drøm. Og jeg syntes det var helt topp. Men det er meg, da, og det er ikke sikkert at Kringkaster nødvendigvis er så fornøyd med det. Så jeg tror det ligger en utfordring i å avklare og bestemme hvem det er vi skal lage tv for. Hvis vi skal lage et program hvor vi skal fange flere seere fra TV 2 og TV3, da vet vi litt hva vi får (intervju 30.10.02).



Det kan se ut til at seertall i seg selv ikke betyr så mye for prosjektlederen, men at de mer er et nødvendig onde for å legitimere programmet ovenfor Kringkaster. Ifølge Hødnebo trengs det nå en avklaring på hvem programmet skal rette seg mot. Hun ønsker tilsynelatende ikke å lage et program som skal fange seere fra de kommersielle kanalene.

### *Extra – ingen suksess for norsk TV3?*

Peter Settman forteller at *Extra* ble sett av rundt 250.000 i Sverige, mens det norske programmet hadde maksimum 100.000 seere og anslagsvis 50.000 til vanlig<sup>11</sup> (intervju 03.02.03). Han antok at den norske versjonen av programmet ikke ville komme på lufta igjen i samme klesdrakt hvis TV3 utvidet bestillingen:

Både Sverige, Norge og Danmark har veldig mange likheter. Men samtidig så er det litt ulike tv-kulturer. Jeg tror at om *Extra* skulle lages i Norge, så ville jeg lage det mer betont på underholdningen. Ikke så mye alvorlige emner, men heller mer underholdning som film, teater, musikk, kultur. Blande det med noen litt annerledes innslag. Hvis vi ser på det svenske programmet, så fungerte miksen mellom alvor og underholdning veldig bra. I Danmark fungerte det også ganske bra (intervju 03.02.03).

Dette stemmer overens med det vi så i avsnittet om økonomi. Hvis Baluba skulle fortsette å produsere programmet, trengtes en tilpasning av stoffet til det norske fjernsynspublikummet. Sett ut ifra seertall hadde *Extra* vært et mer vellykket prosjekt i Sverige og Danmark. Ifølge Settman ble programmene produsert etter tydelige instruksjoner fra TV3 som de var nødt til å akseptere. De hadde liten grad av frihet til å bestemme programutformingen selv (intervju 03.02.03).

Programmet kom altså ikke på lufta igjen etter den ene sesongen. At TV3 ikke fornyet bestillingen sin, kan tyde på at programmet ikke innfridde kanalens forventninger når det gjelder seeroppslutning.

### *Absolutt underholdning – vinneren sett ut ifra seertall*

Ifølge Ronnie Baraldsnes påvirker en del utenforliggende faktorer seertallene for *Absolutt underholdnings* del:

Seertallene våre går veldig opp og ned med sesongene, og været, faktisk. Tidlig på høsten og sent på våren er det få seere, fordi vi sender så tidlig som klokka sju. Og da er våre litt yngre seere heller ute enn å se på tv. Det er naturlig. Vi opplever også at mot slutten av uka, torsdag og fredag, så er det vanskeligere for oss å dra seere enn tidlig i uka. Fordi da er det mange som ser på oss som heller går på kafé eller er på vei ut eller gjør andre ting. Og så er det selvfølgelig det parameteret at hvis det skjer spennende ting i nyhetsbildet for øvrig, så er det flere som velger *Dagsrevyen* framfor oss (intervju 24.10.02).

---

<sup>11</sup> Også Peter Settman angir høyere seertall enn TNS Gallup-statistikken indikerer. *Extra* ble i utvalgsperioden sendt på et ugunstig tidspunkt, noe som kan innebære at Settmans angivelser er korrekte.

I tillegg til sesongvariasjoner og variasjoner relatert til ukedagene som alle programmer må forholde seg til, har programmet altså *Dagsrevyen*<sup>12</sup> på NRK1 som sin viktigste konkurrent. Denne motprogrammeringen gjør programmet spesielt sårbart. Den generelle utviklingstrenden for seertallene er likevel positiv:

Den generelle utviklingen fra vi startet for ett år siden, er at vi jevnt og trutt stiger i seertall. På den samme tida i fjor hadde vi 10-15 prosent færre seere enn det vi har nå. [...] Vi har omtrent de samme seerne når det gjelder alder og geografisk plassering, men det blir flere og flere. De blir kanskje til en viss grad eldre også. Vi drar litt flere 35-40-åringer nå enn vi gjorde før. Men det må gå litt sånn nennsomt og jevnt og trutt, for vi vil ikke skremme vekk de yngste heller (intervju 24.10.02).

Til tross for motprogrammeringen til *Dagsrevyen* har programmet altså både betraktelig høyere seertall i forhold til *Stereo* og *Extra*, samtidig som seertallskurven er stigende.

På bakgrunn av dette er det ikke så overraskende at jeg hos Baraldsnes ikke finner uttrykk for noen frykt for programmets framtid. TV 2 ser ikke ut til å øve noe merkbart press på redaksjonssjefen for å få seertallene opp, slik det kommer fram i intervjuet. Hvis man skal snakke om langsiktige strategier relatert til *Absolutt underholdning*, er det mer interessant å se på den rollen programmet er ment å ha i konkurransen med NRK1:

TV 2 generelt merker jo at NRK sine seere som er gamle, forsvinner etter hvert. Mens nye seere velger TV 2 fremfor NRK. Det vil si hvis vi tenker 10, 20, 30 år frem i tid, så vil vi få tilført seere, mens NRK vil miste sine hvis utviklinga fortsetter slik den har gjort. *Dagsrevyen* er grunnfjellet i NRK fjernsyn. TV 2 har ikke klart å true *Dagsrevyen* sin posisjon. [...] Det er en tanke med *Absolutt underholdning* at vi skal være et tilbud til de nye seerne som kommer til, og opp til 40-åringene, som er såpass attraktivt at de velger det framfor *Dagsrevyen* (intervju 24.10.02).

Motprogrammeringen mellom *Absolutt underholdning* og *Dagsrevyens* kan således tolkes som et svært bevisst grep fra TV 2s side for å svekke NRK-nyhetsprogrammets tunge posisjon på lengre sikt. Slik sett har *Absolutt underholdning* et press på seg til å trekke store og gradvis økende seergrupper.

*Ønsket om å nå flest mulig – både fremmende og motvirkende?*

Ikke overraskende ønsker de programansvarlige så mange seere som mulig til programmene sine. Isolert sett er sammenhengen mellom seertallsfokuset og mangfoldet i kulturdekningen i programmene ikke helt opplagt. Derimot kan *strategiene* produsentene benytter for å nå flest mulig seere, si mer om disse sammenhengene.

Ronnie Baraldsnes understreker betydningen av variasjon i tematikk for at *Absolutt underholdning* skal nå bredt ut:

---

<sup>12</sup> Fra januar 2005 begynte TV 2 å sende *Absolutt underholdning* fra kl. 18.00 til 18.20, noe som innebærer at det ikke lenger er programmert mot *Dagsrevyen*.

Variasjon i tematikk er viktig. En dårlig sending, selv om sakene hver for seg er gode, er for eksempel en sending som har for mange innslag som dreier seg om musikk. Da vil en veldig stor gruppe av seerne føle et savn, fordi man i utgangspunktet ikke er så interessert i musikk eller akkurat den musikken vi omtaler. Slik at vi også venner seeren til at sannsynligvis i løpet av sendingen så er det en, to eller tre ting som interesserer alle sammen. Som har appell til kanskje en million mennesker. Hvis vi skal oppnå tre-firehundretusen seere, så vil vi ha en sending som kan snakke til halvannen million (intervju 24.10.02).

Det handler altså om å ikke skuffe noen seergrupper, alle skal få sitt behov dekket gjennom programmet. Ved at vekslingen mellom ulike temaer skjer hyppig, kan det forhindre at seerne forsvinner til andre kanaler i løpet av sendingen. Tidsfaktoren er også viktig:

Vi legger vekt på et høyt tempo. Vi skal ikke være dvelende og treige og seige. Vi vet av erfaring, og vi kan lese det av statistikk, at det får folk til å sjekke hva som skjer på andre kanaler. Og det er ikke vi tjent med. Vi må lære seeren at hvis du ikke er interessert i akkurat dette her, så går det ikke så lang tid før det dukker opp noe nytt (intervju 24.10.02).

Seerne skal altså "vennes til" eller "læres opp" i programmets regler, som i hovedsak går ut på at ingen skal behøve å se for mange og lange innslag de ikke er interessert i. For å forhindre at seerne kjeder seg, skal det hele tiden veksles mellom ulike temaer. Innslagene må generelt være korte av varighet.

Også Line Hødnebo i *Stereo* understreker viktigheten av "den rette miksen":

I og med at det er et magasin hvor profilen er miks, så vil jeg jo si at en god sending for oss er når vi har følelsen av den rette miksen. Slik at vi ikke sitter og snakker om teater i tjue minutter og så én ting om film. Men at det er en såpass stor variasjon at man kanskje har en filmsak, en musikksak, en litt humoristisk, løs, ledig sak (intervju 30.10.02).

En god sending for Hødnebo skapes altså av variasjon. I tillegg er også hun opptatt av at de enkelte sakene ikke bør ha for lang varighet.

Peter Settman kaller *Extra* et "blandmagasin". Han deler stoffområdene i tre hovedområder; sensasjonsstoff, human interest-historier og underholdningsnyheter. Human interest-historier kan blant annet sammenlignes med det stoffet Jostein Gripsrud finner i sine undersøkelser av *Hjemmet* og *Norsk Ukeblad* som han kaller *personifiserte helserelaterte oppslag* (1999: 31).

Tanken var at programmet skulle inneholde en tredjedel av hver stofftype:

Vi ville ha emner som berører. Når vi snakker om human interest, så skal det være noe som engasjerer. Det skal gjerne handle om andre kvinner i situasjoner, gjerne om sterke kvinner som har gjort bra ting uten at de blir rike og kjente. Videre ville vi vise sensasjon, litt sånn som *Expressen* og *Aftenbladet*. Sensasjon som at "Baby overlevde i snøen". Mer sånne "Wow, er det sant?!" type historier. Vi søkte altså den typen av nyheter. Mer slike nyheter enn politiske. Vi pratet vel aldri politikk eller utenriksspørsmål, det var ikke interessant. Og så ville vi naturligvis ha underholdningsnyheter som film og den type saker (intervju 03.02.03).

Variasjon i tematikk ser således ut til å være en av grunntankene bak samtlige programmer.

Av dette kan vi trekke ut to sentrale konsekvenser av ønsket om å nå mange seere; *bredden i temaer som dekkes* og *tidsfaktoren*. For å dekke ulike behov hos publikum og unngå at seerne kjeder seg, er det en målsetting for programskaperne å ha mange ulike saker innenfor en enkelt sending. Dette kan virke fremmede for bredde og mangfold av kulturuttrykk kvantitativt sett. Samtidig vil mange saker per sending gi mindre tid til hver sak.. Her kan ønsket om å nå mange seere fungere til å ekskludere mer kompliserte, tidkrevende saker. På den måten kan de korte nyhetssakene komme til å dominere over saker med analytiske, kritiske og fordypende perspektiv. Ønsket om høye seertall er således en faktor som fremmer bredde i typer kultur som presenteres og dermed variasjon i kvantitativ forstand, men som hindrer mangfold på det kvalitative nivået.

### 3.2.2 ”Riktige” seergrupper

Hvilke målgrupper er *Stereo*, *Absolutt underholdning* og *Extra* rettet mot? Line Hødnebø forteller om NRK Kringkasters bestilling av *Stereo*:

NRK Kringkaster ønsket å bestille et yngre program, og et program som var litt mer attraktivt og tilgjengelig enn *Nyhetsblikk* var. *Nyhetsblikk* hadde jo også sin troende menighet som fulgte godt med og likte programmisen. Men den seergruppen var betraktelig mye eldre. NRK må selvfølgelig tenke på yngre seere også, ellers så mister vi dem fullstendig. Da har de gått til TV 2 og TV3, og vi får dem ikke tilbake, kanskje, før de blir godt voksne (intervju 30.10.02).

*Stereo* skulle altså trekke yngre seere i forhold til sin forgjenger *Nyhetsblikk*. Hødnebø fokuserer på problematikken med at de yngre seerne forsvinner fra NRK til de kommersielle konkurrentene, og programmet framstår her som en del av NRKs strategi for å forhindre denne utviklingen.

Selv har hun følgende oppfatning om målgruppeproblematikken generelt, samt om *Stereos* målgruppe:

På en måte er dette med alders-målgrupper litt latterlig. Spesielt nå i vår tid hvor en femtiåring kan være like ung i hodet som en tjuåring, nesten. Femtiåringer i dag levde på sekstitallet med Beatles og Rolling Stones, og de var med på likestillingsdebatten. Så de er liksom ikke ekskludert på samme måte som pensjonistene er. Men for så vidt er det en grei knagg å vite at vi ikke lager pensjonist-tv, vi skal lage et program som treffer mennesker som er unge til sinns i alderen tjue til førti. Det er det Kringkaster og NRK2 Kultur har bestilt av oss (intervju 30.10.02).

Hun uttrykker altså en vegring mot å definere målgruppe etter alder, noe hun begrunner med at vi lever i en tid der andre faktorer enn alder er mer sentrale for folks identitet. Mange 50-åringer skiller seg ikke i særlig grad fra yngre seere når det gjelder interesser. Den gruppen Hødnebø, Kringkaster og NRK2 Kultur er enige om at de *ikke* skal lage fjernsyn for, er pensjonistene. Samtidig forteller hun at programprofilen er et bevisst valg basert på

undersøkelser om hva aldersgruppen 20 til 40 år er mest opptatt av: ”Men ut fra undersøkelser som er gjort så har jo jeg sett på hva som er det mest populære av kulturstoff i aldersgruppen tjue til førti” (intervju 30.10.02).

Prosjektlederen i *Stereo* forteller også hvor tyngden av stoffet i programmet har sin geografiske plassering: ”Vi ønsker å være et litt røft program, jeg hater ordet urbant, men det forteller jo litt om hvor i landet vi ønsker å være. Altså, vi er vel kanskje mer opptatt av storbykultur enn av rurale strøk” (intervju 30.10.02). Stoffet deres er altså vektet på storbykultur framfor kultur i distrikts-Norge. Vi har tidligere sett at Hødnebo var positiv til programmets lojale seergruppe, som hovedsakelig var unge mennesker med høy utdanning, kulturinteresse og som var bosatt i byene.

Ronnie Baraldsnes i *Absolutt underholdning* uttrykker også en vegring mot å sette klare rammer for hvilke aldersgrupper de ønsker skal se programmet:

Jeg tror det er feil å definere en målgruppe, fordi at det man gjør da, er å definere hvem man vil at ikke skal se på. Men det er jo slik at vi velger oss en programprofil, som naturlig har appell i en viss aldersgruppe. Med den profilen vi har er vi størst i aldersgruppa 12 til 39 år. Det er en relativt stor gruppe, men jeg tror at vi har et potensiale også i gruppen 40 til 49 år. Derfor prøver jeg nå å plante en del saker som har appell også til de som er voksne. Jeg tror at de yngste, altså 12 til 29 år, ser på oss likevel (intervju 24.10.02).

I utgangspunktet ønsker ikke Baraldsnes å ekskludere noen seere, men han sier programprofilen deres har størst appell i gruppa fra 12 til 39 år. *Stereo* og *Absolutt underholdning* har dermed omtrent samme målgruppe sett ut ifra alder, men TV 2-programmet retter seg i tillegg mot tenåringene. På samme måte som Hødnebo ikke ønsker å ekskludere aldersgruppen fra 40 til 49, gir Baraldsnes uttrykk for at han bevisst ”planter saker” for denne gruppen. Hovedtyngden av seerne er likevel noe yngre.

Ifølge Baraldsnes har programmet ingen spesiell geografisk målgruppe. Han forteller at programmet relativt sett har få seere i Oslo-regionen, og isteden relativt mange seere på Vestlandet, i de mindre byene og på bygda. Dette til tross for at nesten alt stoffet deres er fra Oslo. I tillegg er det en liten overvekt av kvinner blant seerne (intervju 24.10.02).

Peter Setzman i *Extra* gir ikke uttrykk for den samme vegringen mot å definere klare aldersmålgrupper. Han forteller at deres primære målgruppe var unge kvinner: ”De som vi ville skulle se på programmet, var først og fremst kvinner i alderen 15 til 30 år. Det var vår hovedmålgruppe” (intervju 03.02.03). At *Extra* så klart retter seg mot kvinner, gjør at

programmet skiller seg fra de øvrige. En forklaring på den tydelige målgrupperetningen i *Extra* kan være at TV3, som en mindre, kommersiell kanal, i større grad må innrette reklamen sin mot mer definerte grupper. Kanalen kan ikke regne med å nå brede seergrupper og må isteden satse på nisjer.

I større grad enn kjønn, spiller aldersmålretningen inn som en betydningsbærende faktor for det kulturelle mangfoldet her. Intervjuene viser at samtlige programmer primært retter seg mot yngre målgrupper, men at *Extra* har den gjennomsnittlig yngste og dessuten mest snevre målgruppa. En mangfoldig kulturdekning innebærer både mangfold innenfor en tv-kanal og på tvers av ulike kanaler. Hvis for mange programmer konkurrerer om de samme seergruppene, kan det skje at stoffinnholdet i for stor grad blir tilpasset disse gruppene og dermed blir ensrettet.

Programprodusentene i *Stereo* og *Absolutt underholdning* sier begge at de hovedsakelig konsentrerer seg om urban kultur framfor kultur i et mer nasjonalt perspektiv. Vektleggingen av storbykulturen, spesielt det som foregår i Oslo, medfører at det kulturelle mangfoldet i resten av landet for en stor del blir ekskludert. Ifølge informanten i *Absolutt underholdning* gjenspeiler riktig nok ikke begrensningen i stofftilfang den reelle seermassen geografisk sett. En forklaring på dette kan imidlertid være at det ikke eksisterer andre og mer relevante programmer på kanalen for disse seerne. For *Stereo*, derimot, så vi at hovedvekten av deres seere var bosatt i byene.

### 3.3 Samfunnsoppdrag og programforpliktelser

Hvilke krav til programinnhold spesifiseres i de regelverkene kanalene er underlagt?

Kringkastingsloven og dens forskrifter gjelder også for andre norske fjernsynskanaler enn NRK og TV 2. I Kringkastingsloven finnes et eget kapittel som gjelder Norsk rikskringkasting AS, men verken dette kapittelet eller loven og forskriften for øvrig, inneholder spesifikke krav til programinnhold som er relevante for denne undersøkelsen. I NRKs vedtekter finner vi at ”den [virksomheten] skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur” (§ 3-3).<sup>13</sup> Programtilbudets innhold skal appellere til det brede lag av befolkningen og ivareta interessene til minoriteter og særskilte grupper, og videre skal tilbudet avspeile

---

<sup>13</sup> <http://odin.dep.no/filarkiv/213826/NRK-vedtekter.pdf> Tilgjengelig: 08.04.2006. Det eksisterer en nyere versjon av dokumentet som jeg har fått tilgang til ved å ta kontakt med Kulturdepartementet. Men innholdet i de to dokumentene er identisk med hensyn til de punkter som er relevante for denne undersøkelsen.

mangfoldet av kultur, livssyn og levevilkår som finnes i de forskjellige delene av landet. ”NRK skal i sin kjernevirksomhet legge særlig vekt på sin rolle som utvikler og formidler av norsk og samisk kunst og kultur” (§ 3-4). Videre er det et krav om at både radio og fjernsyn skal ha ”[p]rogrammer som gjenspeiler mangfoldet i norsk kulturliv” (§ 3-5).

Under punkt 6 i TV 2s konsesjonsavtale for perioden 1992 til 2002 spesifiseres at ”[s]endingene skal over tid inneholde en variert programmeny med program for så vel brede som smale seergrupper, herunder den samiske befolkningsgruppe og minoriteter. [...] Allmennkringkastingsprogrammene skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.”<sup>14</sup> I konsesjonsavtalen for perioden 2003 til 2009 er følgende lagt til de ovenstående krav: ”TV 2 skal ha egne programmer som gjenspeiler mangfoldet i norsk og internasjonalt kulturliv” (§ 3-3).<sup>15</sup> Dette innebærer at myndighetenes krav til TV 2s kulturdekning er i ferd med å skjerpes i den perioden programutvalget mitt er hentet fra.

TV3 reguleres etter EUs fjernsynsdirektiv, *Television Without Frontiers* (TVWF, 1989) og Ofcoms regelverk; *Ofcom Broadcasting Code*. Her angis ingen spesifikke krav til kulturdekning i fjernsynskanalene som er underlagt disse regulativene.

Regelverkene kan sies å definere kanalenes ulike *samfunnsoppdrag*. Hvordan relaterer programskaperne seg til dette samfunnsoppdraget? Hvilken funksjon synes samfunnsoppdraget å ha med hensyn til å fremme det kulturelle mangfoldet?

### 3.3.1 Programprofil i lys av samfunnsoppdraget

Å trekke direkte linjer mellom kanalenes samfunnsoppdrag og en enkelt redaksjons prioriteringer kan lett bli en feilslutning. Naturligvis er det ikke opp til disse redaksjonene alene å oppfylle kanalens forpliktelser på kulturområdet. Samtidig kan det nevnes at *Absolutt underholdning* har den ”reneste” kulturprogramprofilen blant programmene som sendes på TV 2 i utvalgsperioden. Det er derfor naturlig å anse *Absolutt underholdning* som et svar på konsesjonsavtalens krav til kulturdekning. På et mer generelt nivå er det interessant å undersøke hvilke tanker de programansvarlige har gjort seg rundt programmets profil og stoffvalg, i forhold til det oppdrag kanalen som helhet er gitt.

---

<sup>14</sup> <http://www.tv2.no/omtv2/konsesjon/article.jhtml?articleID=45624> Tilgjengelig: 18.09.2002

<sup>15</sup> <http://pub.tv2.no/TV2/omtv2/tv2/article45636.ece> Tilgjengelig: 04.04.2006

## *Stereo*

Line Hødnebøs utsagn kan være illustrerende for situasjonen i NRK:

Altså, vi må jo forholde oss til bestilling fra Kringkaster som er definert litt, og så er det vi som produsenter som har den kunstneriske friheten eller kreativiteten til å definere: ok, dette er en bestilling, nå er det opp til oss å forme hva dette programmet skal bli. Vi mener at vi skal lage et kulturprogram for yngre mennesker, ergo har vi utdefinert noen ting. Selv om mange yngre mennesker også liker klassisk og opera og folkedans, så har vi bestemt oss for at vi heller vil dekke det mer populærkulturelle feltet. Vi har tenkt at det er så mange programmer i NRK som dekker så mye forskjellig at vi kan ikke tilfredsstille alle (intervju 30.10.02).

Bestillingen fra Kringkaster gir således relativt stor frihet når det gjelder stoffvalget i *Stereo*. Men videre begrunner Hødnebø redaksjonens prioriteringer ut fra en forutsetning om at andre programmer i NRK-universet vil dekke de stoffområder som utelates her. *Stereo* kan ikke påta seg ansvaret for å tilfredsstille alle seerne, heller ikke innenfor programmets egen målgruppe.

Line Hødnebø er opptatt av skillet mellom Kulturavdelingen og Underholdningsavdelingen i NRK. Hun mener dette skillet er kunstig fordi avdelingene pålegges å begrense sitt stofftilfang ut fra en umoderne definisjon av kultur:

Jeg er kanskje litt mer postmoderne i hodet, slik at litt ekstremt så kan man godt si at det er litt kunstig at vi har inndelt avdelingene i NRK som vi har gjort. Kultur og underholdning var jo faktisk samlet i gamle dager, eller for inntil ti år siden eller når det var, så var det en felles avdeling. [...] Når man har skapt et skille mellom kultur og underholdning nå, så føler jeg at det kan fort bli litt kunstig. Da skal Kulturavdelingen ta for seg finkulturen og den etablerte kulturen og det seriøse og sånn, mens Underholdningsavdelingen kan ta mer fatt i det mykere kulturlivet. Som revyscenen og de folkelige filmene (intervju 30.10.02).

*Stereo* ligger under Kulturavdelingen, og skal derfor ifølge Hødnebø konsentrere seg om ”finkulturen og den etablerte kulturen og det seriøse”, noe hun uttrykker motstand mot. Dette er i tråd med redaksjonens valg om å prioritere populærkultur framfor klassisk musikk, opera og folkedans.

Videre kan vi se hvordan hun selv definerer kultur: ”Mens for meg er ikke det så vanskelig å definere, jeg tenker heller: hva er det som ikke er kultur? Men det er en evig diskusjon vi har her, da, vi må jo definere det sånn noenlunde. Hvis ikke vinger vi for mye. Men altså, hele livet vårt er jo kultur, på et vis” (intervju 30.10.02). Hødnebø ønsker altså ikke klare skiller for hva slags stoff Kulturavdelingens som helhet og *Stereo* spesielt skal kunne dekke. En slik tilnærming til kulturbegrepet åpner for at hele det store spekteret av kulturuttrykk kan dekkes i programmet. Samtidig kan en så vid og demokratisk definisjon av kulturbegrepet brukes til å begrunne nærmest ethvert stoffinnhold. Hvis *Stereo*-redaksjonen velger å prioritere en spesiell stofftype, vil programmet uansett falle inn i definisjonen ”kulturprogram for yngre mennesker” fordi ”hele livet vårt er kultur”.



### *Absolutt underholdning*

TV 2 er kjent for å være en ”folkelig” kanal. Gunn Sara Enli karakteriserer kanalens profil slik:

TV 2 har siden starten ønsket å framstå som seernes egen kanal, med folkelige og inkluderende programmer. Å involvere seerne i programmene kan sees på som en strategi for å tiltrekke seg et lojalt publikum og oppnå høye seertall, men det kan også betraktes som et ideologisk ståsted der man tar parti med seerne i en front mot autoriteter (2002: 72).

Baraldsnes bruker folkelighetsbegrepet når han beskriver grunntanken i *Absolutt underholdnings* profil:

Vi er veldig opptatt av å ikke skulle lære seerne våre hva som er rett og galt. Vi ser ikke på det som vår oppgave. Vi skal ikke snakke ned til folk, og være breiale og si: hør nå her, dette her skal du synes og dette her skal du tenke. Vi skal prøve å være folkelige, og snakke til folk på linje med oss sjøl (intervju 24.10.02).

Programmet skal altså ikke virke belærende eller innta noen ”ovenfra og ned”-holdning ovenfor seerne. Dette kan naturligvis ikke knyttes til kanalens programforpliktelser. Men utsagnet er interessant fordi det kan legitimere prioriteringer av stoffvalg rettet mot bredere seergrupper, samtidig som det også kan signalisere et ideologisk ståsted slik Enli er inne på.

Også Baraldsnes argumenterer for en vid og inkluderende tilnærming til kulturbegrepet:

Ordet kultur er vanskelig å definere. Ikke sant? Så kan folk si: Nei, det programmet dreier seg mest om underholdning. Det kan man godt si at det gjør, hvis du bruker de tradisjonelle definisjonene på hva som er underholdning og hva som er kultur. Men jeg synes det er litt rart, jeg. Fordi at når Arne Hjeltnes står på en scene og er morsom, så er det underholdning. Mens hvis Erlend Loe står på en scene, uten å være like morsom, så er det kultur. Hvis de snakker amerikansk på film, så er det underholdning, snakker de fransk, så er det kultur. Det blir sånne merkelige gråsoner (intervju 24.10.02).

I likhet med Hødnebo uttrykker han motstand mot å skille mellom kultur og underholdning, fordi han mener skillet er uklart og unaturlig. Informantenes utsagn illustrerer den spenningen i kulturbegrepet som jeg var inne på i kapittel 1, og viser hvordan overgangene mellom kunst, kultur og underholdning er flytende og i forhandling.

Videre retter Baraldsnes kritikk mot elitens definisjon av kultur: ”De som liker å kalle seg kulturarbeidere og kulturinteresserte, definerer ofte kultur som noe som er elitistisk, utilgjengelig, noe som kun en ringere krets forstår, og som bermen, folket, massene for guds skyld må holde seg unna” (intervju 24.10.02). Utsagnet kan leses som uttrykk for et demokratisk syn der kultur skal være noe for alle, for hele folket og ikke kun for de spesielt interesserte. Dette passer med TV 2s profil som en folkelig kanal. Samtidig kan en slik tolkning av kulturbegrepet føre til en ensretting mot programinnhold med appell til store

seergrupper, og ekskludere innhold som potensielt vil appellere kun til et mindretall av seerne.

### *Extra*

TV3 har altså ikke forpliktelser som allmennkringkaster, og det stilles ingen krav fra norske myndigheters side til at kanalen sender kulturprogrammer. Det blir dermed noe søkt å snakke om et samfunnsoppdrag med hensyn til kulturdekning for TV3s del. Samtidig har naturligvis kanalen et behov for å markere seg positivt blant de andre kanalene på markedet. TV3 kan ikke tillate seg å sende hva som helst uten å risikere protester fra myndigheter og seere, og derigjennom få negativ publisitet. I denne sammenheng kan det også være relevant å trekke fram at *Ofcom Broadcasting Code* inneholder definerte krav til nyhetsprogram: "News, in whatever form, must be reported with due accuracy and presented with due impartiality" (s. 24)<sup>16</sup>. Skal *Extra* reguleres som et nyhetsprogram? I en slik kontekst vil antakelig mye av programinnholdet potensielt kunne utsettes for kritikk.

Det er derfor interessant å se hvilke refleksjoner Peter Settman har rundt programmet han produserer. Om profilen sier han følgende:

Det vi ville ha var bra og spennende historier som du ikke fikk høre noe annet sted eller se noe annet sted. Det fikk gjerne være litt spekulativt eller en sensasjonsfølelse av den enkle grunn at jeg tror at det er den typen tv-program som passer for TV3 sine seere. Vi hadde aldri ambisjoner om å lage en dokumentardel eller noe fint program (intervju 03.02.03).

Settman plasserer her programmet i en større sammenheng og forklarer utformingen med at programmet var tilpasset TV3s seere. Om programmet ikke var ment å skulle være et ledd i et samfunnsoppdrag, skulle det i alle fall fylle en funksjon for kanalen TV3. Det at redaksjonen ikke ønsket å lage et "fint program", kan videre leses på to måter. Den mest åpenbare tolkningen er at TV3s seere ikke liker "fine" programmer. Men utsagnet kan også leses dit hen at Settman ville forsvare programmet mot mulig kritikk rett og slett ved å "kalle en spade for en spade".

På spørsmål om Settman vil bruke betegnelsen kulturprogram om *Extra*, svarer han benektende (intervju 03.02.03). Fra hans ståsted kan dermed ikke *Extra* sies å skulle fylle et samfunnsoppdrag som kulturprogram.

---

<sup>16</sup> <http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/bcode/ofcom-broadcasting-code.pdf> Tilgjengelig: 08.05.06

Hødnebo og Baraldsnes uttrykker således relativt like holdninger – de ønsker ikke å sette klare skiller mellom kultur og underholdning og heller ikke at andre utenfra skal definere hvilket stoffområde de kan dekke i programmene sine. Der regelverket krever at kanalenes programinnhold skal ”gjenspeile mangfoldet i norsk kulturliv” og rette seg mot både brede og smale seergrupper, synes det som om de programansvarlige i noen grad ønsker å omgå samfunnsoppdraget ved å legge ansvaret over på noen andre. For *Absolutt underholdning* og *Stereos* del kan resultatet av en slik innstilling bli at smalere kulturinnhold ekskluderes til fordel for populærkulturen, i hvert fall dersom det reelle programinnholdet speiler de programansvarliges holdninger. Settman motsetter seg på sin side å kalle *Extra* for et kulturprogram overhodet, tydeligvis for å markere et lavere ambisjonsnivå og unngå kritikk.

### 3.3.2 Avstand til konkurrentene

Et iboende element i samfunnsoppdraget er avstanden til andre kanaler som ikke har et slikt oppdrag. En tradisjonell, lisensfinansiert allmennkringkasterkanal som NRK, forventes å tilby annerledes og kvalitativt sett bedre programmer enn kanaler som er kommersielt finansiert. Denne forventningen finner vi i vedtektenes overordnede krav til NRKs allmennkringkastingstilbud, som spesifiserer at programinnholdet skal holde høy kvalitet: ”I tilbudet skal det tilstrebes høy kvalitet, allsidighet og mangfold” (§ 3-3). Likeledes forventes TV 2 som reklamefinansiert allmennkringkaster, gjennom sitt programtilbud å skille seg fra de øvrige kommersielle kanalene. Hvordan forholder programskaperne seg til konkurrerende kanaler, og mer spesifikt til de andre programmene i undersøkelsen?

På spørsmål om hvilke programmer på egen eller andre norske kanaler de sammenlignet seg med eller konkurrerte med, svarte Ronnie Baraldsnes i *Absolutt underholdning* at de i begynnelsen skjønte til *Stereo*. Samtidig uttrykte han skepsis til at programmet skulle sammenlignes med *Stereo* i min undersøkelse. Skepsisen gjaldt også eventuelle sammenligninger med øvrige NRK-programmer:

En sammenligning mellom oss og et program som *Stereo*, eller ethvert NRK-program, blir litt rar, fordi vi har to ganske ulike funksjoner i samfunnet, TV 2 og NRK. NRK er finansiert gjennom skatt. En synlig skatt som vi må betale ved at vi får en giro i posten. Det forplikter NRK til å ha en langt mer oppdragende rolle enn det TV 2 skal ha. TV 2 har en avtale med Stortinget som er nedfelt i konsesjonen, og så lenge vi holder oss til den så er vår funksjon å være en god butikk for våre investorer (intervju 24.10.02).

Det kan se ut til at Baraldsnes her tar det for gitt at TV 2 oppfyller kravene i konsesjonsavtalen. Et slikt syn gjenspeiles ikke i Allmennkringkastingsrådets vurdering av kanalens kulturdekning i 2002, der det etterlyses større grad av analytiske kritiske og

fordypende perspektiv framfor at kulturen presenteres som nyhet eller som en vare som skal promoveres (2003: 53-54).

I drøftingen av den økonomiske faktoren innledningsvis i dette kapitlet, så vi også hvordan Baraldsnes framhever TV 2s behov for inntjening. Begrunnet i at NRK og TV 2 har ulik finansieringsform, mener han det er urimelig å sammenligne *Absolutt underholdning* med NRK-programmer. Han legger eksplisitt ansvaret for ”den oppdragende rollen” over på NRK. Nå har vi sett at flere av kravene i TV 2s konsesjonsavtaler er tilnærmet overlappende med kravene i NRKs vedtekter, og dermed at de to kanalenes samfunnsoppdrag er ment å skulle tolkes relativt likt på en del områder som er relevante for denne undersøkelsen.

Baraldsnes signaliserer videre en avstand til *Stereo* på grunnlag av programmets stoffvalg, som han mener er årsaken til at NRK2-programmet har så lave seertall:

Jeg tror at etter hvert som vi oppdaget at de som jobber med *Stereo* ikke var helt venner med den typen kulturstoff som har bred appell og som var allmenn, altså den underholdende delen av kulturen, så skjønnte vi at de hadde et problem som jeg mener at de fremdeles har. De må liksom unnskyldes seg for å vise et innslag fra Hollywood. Og da skjønnte jeg at de hadde et problem, og det gir seg også utslag i at *Stereo* i praksis ikke har seere (intervju 24.10.02).

Igjen fremmer Baraldsnes den brede, underholdende delen av kulturen og kritiserer *Stereo* for å prioritere smalere stoffinnhold. Et spesifikt krav i konsesjonsavtalen er at kanalen skal ha programmer også for smale seergrupper. Til tross for at kulturprogrammer generelt regnes som en smal programform og at *Absolutt underholdning* har den mest rendyrkede kulturelle profilen av TV 2s programmer, ser det altså ut til å være en grunnleggende tanke at programmet at det skal rette seg mot det brede lag av befolkningen. I sin vurdering gir Allmennkringkastingsrådet uttrykk for at TV 2s uttalte mål i 2002 om å i større grad tiltrekke seg kommersielt attraktive målgrupper er problematisk, sett i forhold til kriteriene for allmennkringkasting (2003: 52).

Motsatt sier Line Hødnebo eksplisitt at de ikke vil være *Absolutt underholdning* (intervju 30.10.02). Samtidig uttrykker hun en noe ambivalent holdning når det gjelder konkurrerende programmer på TV 2:

Andre kanaler er selvfølgelig våre arge konkurrenter. Men jeg ser ikke veldig mye på *God kveld, Norge!* eller *Absolutt underholdning*. Jeg burde se mer på det, for å finne ut litt mer om hva det er de gjør som er bra, og hva de gjør som ikke er bra og som vi gjør bra. Jeg burde hatt litt sterkere konkurranseinstinkt, kanskje, men så blir jeg litt blasert og tenker: ja, ja. Jeg føler ikke at de er konkurrenter. Jeg føler at *Stereo* markerer seg i en annen retning. Men det er ikke nødvendigvis det Kringkaster vil at vi skal (intervju 30.10.02).

Selv om hun anerkjenner *God kveld, Norge!* og *Absolutt underholdning* som konkurrenter, uttrykker hun likevel en distanse til programmene. Når hun sier at hun blir ”litt blasert”, tolker jeg utsagnet dit hen at hun mener *Stereo* kvalitativt sett er bedre enn de andre programmene. Samtidig trekker hun inn Kringkasters formål med *Stereo*. Ifølge Hødnebø er det ikke usannsynlig at NRK mener *Stereo* i større grad bør ligne *Absolutt underholdning* eller *God kveld, Norge!* Dette kan leses som en begrunnelse for eller et forsvar av eventuelle framtidige endringer av programmet i en mer ”kommersiell” retning. På den annen side kan det at *Stereo* etter hvert ble endret og til slutt tatt ut av NRKs sendeskjema, indikere at Hødnebøs antagelser om NRKs misnøye med programmet var korrekte.

Hødnebø nevner ikke *Extra* som en konkurrent, men Baraldsnes gir følgende karakteristikkk av programmet: ”Og så kom dette *Extra* da, på TV3, men det er jo en salat av en graut av ei suppe, og det er vel ingen heller som ser på det” (intervju 24.10.02). I mer direkte ordelag enn Hødnebøs noe nedsettende omtale av TV 2s programmer, tar Baraldsnes således klar avstand fra TV3-programmet.

Peter Settmann skulle derimot gjerne sett at *Extra* kunne hevde seg på det samme markedet som *Absolutt underholdning*:

Min drøm var at vi skulle kunne konkurrere med *Absolutt underholdning*. Det hadde vært min drøm. Men det hadde krevd at vi nesten hadde en egen redaksjon i Oslo, som produserte sitt eget program. Da kunne de ta bra innslag fra Tyskland eller Sverige eller resten av Europa, men at basisen eller grunnlaget kom fra Norge (intervju 03.02.03).

Han presiserer imidlertid at han ikke ønsket at *Extra* så ut som TV 2-programmet. Men utsagnet kan tyde på at *Absolutt underholdning* representerte et slags forbilde for den norske utgaven av *Extra*.

Vi finner således en polarisering mellom Hødnebø og Baraldsnes. Naturlig nok forsøker de begge å fremheve eget program på bekostning av konkurrentens, men strategiene er ulike. Baraldsnes bruker seeroppslutning og motstanden mot kulturelitismen som argumenter for at *Absolutt underholdning* fyller den funksjonen det skal både for investorer og for seerne. Hødnebøs uttalelser er mindre direkte, men kan tolkes dit hen at hun mener *Stereo* er kvalitetsmessig bedre og retter seg mot et smalere publikumssegment. Settmann derimot, fronter ikke sitt eget program på samme måte. Isteden framhever han *Absolutt underholdning* som en ønsket konkurrent.

### 3.3.3 Samfunnsoppdraget og programforpliktelsesens funksjon – en oppsummering

Samfunnsoppdraget og programforpliktelsesens funksjon for fremme eller motvirkning av kulturmangfold, blir på mange måter mer abstrakt og flytende enn det vi fant for faktorene produksjonsrammer og seertallsfokus. Men vi har sett at både programprodusenten i *Stereo* og i *Absolutt underholdning* legitimerer programinnholdet ved å motsette seg å sette skiller mellom kultur og underholdning. Ingen av dem ser ut til å være opptatt av programforpliktelsene, og legger hovedansvaret på andre. Begge fremmer populærkulturen til fordel for smalere kultur, noe som kan medføre at smalere kulturformer ekskluderes fra programmene. Peter Setzman stiller seg på mange måter på sidelinjen her, fordi han motsetter seg å kalle *Extra* et kulturprogram. Og det kan han gjøre, i og med at TV3 ikke har forpliktelser til å sende kulturprogrammer.

Den likheten i holdninger til kulturbegrepet som vi finner hos Ronnie Baraldsnes og Line Hødnebø, gjenspeiler ikke holdningene de har til hverandres programmer. De tar begge avstand til konkurrentens program, og mener de selv har et bedre produkt å tilby seerne. Igjen står Setzman noe på sidelinjen, ved at han åpent erkjenner at *Extra* har vært et mindre vellykket produkt enn konkurrenten *Absolutt underholdning*.

#### 4. KULTURNYHETSMAGASIN?

Fra programprodusentenes beretninger beveger vi oss nå over til programmene i seg selv. Gjennom tekstanalyser vil jeg forsøke å avgrense den sjangeren jeg har kalt *kulturnyhetsmagasin*. Kulturnyhetsmagasinet er en typisk hybridsjanger som er vanskelig å beskrive presist, både for produsentene, forskere og antakelig også for publikum. For å komme nærmere formatet vil jeg diskutere noen grensepunkter som kan antyde i hvilket felt programmene befinner seg. Et sentralt fokus vil være utforskningen av formatets grenser mot nyheter og andre magasiner, samt spenningene mellom høykultur, populærkultur, underholdning, human interest-historier og sensasjonsstoff. Funnene vil jeg relatere til diskusjonen om mangfold i kulturdekningen.

Den andre problemstillingen jeg formulerte innledningsvis var følgende: *Hva karakteriserer hybridformatet kulturnyhetsmagasin?* De karaktermessige trekkene jeg vil undersøke for å drøfte dette er 1) programmenes oppbygning, 2) programledernes roller og tilstedeværelse av gjester, 3) studioutforming/romfølelse, 4) innslagernes sjanger; reportasje, melding, kritikk osv. og 5) antall innslag per sending og innslagernes plassering innenfor et kulturelt hierarki.

Før jeg starter med redegjørelsen for programmenes oppbygning, vil jeg kort vise hvordan produsentene beskriver og definerer programmenes sjanger:

Jeg kaller det gjerne et nyhets- og aktualitetsmagasin, jeg. Selv om det er litt tungt og langt og vanskelig, så blir det mest presist, tror jeg. [...] Programmet vårt inneholder både og. En salig miks av de tradisjonelle definisjoner av kultur og underholdning (Ronnie Baraldsnes om *Absolutt underholdning*, 24.10.02).

[V]i er jo et aktualitetsmagasin som går fire ganger i uka. [...] Jeg vet ikke om programmet så lett kan plasseres i en tv-sjanger, egentlig. [...] Det er ikke et rent underholdningsmagasin, men jeg føler heller ikke at det er et tradisjonelt kulturprogram. Det er et program om populærkultur, det er så langt jeg klarer å definere programmet, rett og slett (Line Hødnebo om *Stereo*, 30.10.02).

Det bygger på at man blander både entertainment og news med human story-emner, altså alvorlige emner. [...] Det er absolutt ikke et kulturprogram. Jeg vil si at det er et magasinprogram. På svensk sier man "blandmagasin", og jeg vet at i Tyskland sier man magasin. Altså magasin i betydningen at det er en blanding av alt mulig. Det som er litt vanskelig er at det ikke finnes noen ordentlig sjanger ennå (Peter Settman om *Extra*, 03.02.03).

Samtlige av de tre programprodusentene uttrykker en usikkerhet når det gjelder definisjonen av eget program i forhold til sjanger, og usikkerheten er relatert til de hybride karaktertrekkene både sjangermessig og innholdsmessig.

Denne usikkerheten kommer også til uttrykk på kanalenes hjemmesider. Her er det interessant at *Absolutt underholdning* kun omtales som et ”kulturprogram”.<sup>17</sup> En mulig forklaring kan være at TV 2 i henhold til programforpliktelsene skal ha kulturprogram og har behov for å markere at kanalen har det. Videre omtales *Stereo* som ”[d]aglig dose med popkulturell konfekt”.<sup>18</sup> Beskrivelsen av *Stereo* kan signalisere et ønske fra NRKs side om å være attraktiv for seerne. Omtalen av *Extra* på TV3s nettsider er relativt lang i forhold til de andre omtalene:

Extra er et friskt og frekt program med underholdningsnyheter fra hele verden. Det er det siste innen kjendisnyheter, sladder fra Hollywood og det som rører seg på kjendisfronten på den hjemlige arena. Vi får se korte nyhetsglimt om små og store kjendiser, små og store filmer og det som ellers rører seg innen musikk, teater, glamour og mote.<sup>19</sup>

Her nevnes altså ikke sensasjonsnyheter eller human interest-historier om vanlige mennesker. I tillegg til ”kjendisnyheter” og ”sladder fra Hollywood”, vektlegges innslag om ulike kulturformer. Frasen ”små og store filmer” kan tolkes som at også mer ukjente filmer faller innenfor stoffområdet her.

Nyhetspreget er således ikke så framtrædende i beskrivelsene av programmene. Omtalene av *Stereo* og *Extra* kan sies å være typiske for magasin- og blandingsprogrammer. I og med at disse tekstene er laget i markedsføringsøyemed, er det naturlig å tro at kanalene har valgt å trekke fram de sidene ved programmene kanalene finner mest fordelaktige.

#### 4.1 Kulturnyhetsmagasinet – på jakt etter en hybridsjanger

To sentrale trekk som alle tre programmer har til felles, er *magasinformen* og slektskapet til *nyhetsprogrammet*. I moderne fjernsyn blir magasinprogrammene mer og mer utbredt, en sjangerform som kjennetegnes av et sammensatt innhold. De er gjerne studiobaserte, noe som gjør dem billige i produksjon. I tillegg er gjestene ofte til stede for å promovere seg selv, og de krever derfor ikke høye honorarer for å delta (Ytreberg 2000: 15-16).

I Kari Bjørge Johnsens hovedoppgave *Kunst, kultur og fjernsyn – en skikkelig gryterett?*, gir forfatteren følgende korte og betegnende karakteristikk av magasinet: ”[...] et dags- eller tidsaktuelt program som består av flere korte og innbyrdes uavhengige innslag. I regelen er magasinprogrammer studioproduksjoner, direktesendte eller tatt opp før utsendelsestidspunktet” (1992: 19). Ytreberg og Johnsens beskrivelser viser at magasinet

<sup>17</sup> <http://www.tv2.no/tvguide/index.jhtml?addDays=4&addWeek=> Tilgjengelig: 07.11.2002

<sup>18</sup> <http://www.nrk.no/programoversikt.p.sp> Tilgjengelig: 02.12.2002

<sup>19</sup> [http://www.tv3.no/index.phtml?nav=170&page\\_type=document&document=16774](http://www.tv3.no/index.phtml?nav=170&page_type=document&document=16774) Tilgjengelig: 20.09.2002



karakteriseres av muligheter framfor klart definerte formatregler – innholdet er *sammensatt*, de er *gjærne* studiobaserte, de *kan* ha gjester, de er *i regelen* studioproduksjoner og de *kan* være direktesendte, men behøver ikke være det.

Nyhets- og aktualitetssjangrene prioriteres ofte framfor andre sjangre i forskningen på fjernsynsproduksjon og i tekstanalyser innenfor samfunnsvitenskapelig medieforskning (Ytreberg 2001: 6, Helland et.al. 1997: 56). John Corner gir følgende definisjon av nyheter: ”regularly updated information about, and depictions of, significant recent events within a particular geographical area or sphere of activity” (1995: 54-55). Nyheter kan dermed forstås som jevnlig oppdatert informasjon om *betydningsfulle* hendelser som *nylig* har funnet sted. “Sphere of activity” kan oversettes med “aktivitetsområde”, og i dette legger jeg at nyheter kan omhandle alle typer aktiviteter mennesker tar del i, herunder kultur.

#### **4.1.1 Beskrivelse av programmenes struktur og programledernes roller**

For å komme nærmere hybridformatet kulturnyhetsmagasin, vil jeg i det følgende foreta en beskrivelse av programmenes struktur og de ulike rollene programlederne kan innta.

##### *Innledning - overskriftene*

Helland og Sand skriver at både åpningen og avslutningen i *Dagsrevyen* på NRK1 og *Nyhetene* på TV 2 er ”rituelle” (1998: 32-33). *Dagsrevyen* og *Nyhetene* kan sies å ha en fast ytre ramme, der begge programmer innledes av såkalte ”headlines” eller *overskrifter*. Her presenterer programlederen utvalgte hovedsaker i voice over, mens bilder fra den aktuelle saken vises. Både *Extra* (TV3), *Absolutt underholdning* (TV 2) og *Stereo* (NRK2) innledes etter samme mønster som tradisjonelle nyhetsprogram. Etter åpningsvignetten presenterer programlederen seg kort i *Stereo* og *Absolutt underholdning* i forkant av overskriftene, mens *Extra* går rett på oversikten over dagens hovedsaker.<sup>20</sup>

To innledende overskrifter fra hvert program illustrerer oppbygningen:

##### *Extra:*

VO HF: Få med deg intervjuet med Jimi Mistry. Det er han som har hovedrollen i filmen *Guruen*, som går på norske kinoer (14.11.02).

VO HF: Det klassiske eventyret om Pinocchio har nå blitt film. Få med deg klipp fra filmen i *Extra* i kveld (19.11.02).

---

<sup>20</sup> *Absolutt underholdning* og *Extra* bruker også *teasere*. Teaserne ser omtrent tilsvarende ut som overskriftene, men forskjellen er at de vises lengre ut i sendingene.

### Absolutt underholdning:

VO CB: Voldsomme krangler under innspillingen av *Alt om min far*. Se bildene som avslører drama bak kamera (14.11.02).

VO CB: Og Clint Eastwood rir igjen. Få med deg hva actionelsker Brita mener om Clinterns nye film (14.11.02).

### Stereo:

VO GA: Australia tvangsgiftet og flyttet på urbefolkningen i mange år. Nå skaper filmen om tre jenters skjebne sterk splid i landet (14.11.02).

VO GA: Harry Potter, har han fremdeles evnen til å forhekse oss? Dommen får du her i *Stereo* (21.11.02).

I hvert eksempel snakker programlederen i voice over, mens saken illustreres av bilder.

Programmenes farger, logoer og jingler rammer overskriftene inn. Samtlige overskrifter er satt sammen av to setninger, og vi ser at informasjonen er begrenset. Både likhetene til tradisjonelle nyhetsprogram og programmene imellom er påfallende. Denne særskilte måten å innlede programmene på, gir med en gang seeren signaler om programmets slektskap til nyhetsprogrammet.

I *Absolutt underholdning* og *Stereo* ser vi at språklige grep i overskriftene bidrar til nyhetspreget. I førstnevnte program finner vi formuleringer som ”voldsomme krangler” og ”drama bak kamera”. Likeledes finner vi hos *Stereo* en tilsvarende språklig virkemiddelbruk: ”tvangsgifte”, ”sterk splid” og ”forhekse”. Språkbruken gir sakene et mer sensasjonelt preg og fungerer til å tiltrekke seg seernes oppmerksomhet. Programlederen i *Extra* presenterer sakene gjennom et mer nøytralt språk.

### *Avslutning*

*Dagsrevyen* (NRK1) avsluttes med at programleder oppsummerer de viktigste nyhetene og opplyser om neste sending. Deretter følger musikken av samme karakter som under innledningsvignetten, mens programleder ”løser opp” sammen med det tekniske personalet (Helland og Sand 1998: 33).

I likhet med innledningen har avslutningen et rituelt preg i *Extra*, *Stereo* og *Absolutt underholdning*. Programmene avsluttes omtrent på samme vis hver dag, og etter det samme mønsteret som ordinære nyhetsprogrammer. I samtlige programmer er det vanlig at programleder gir opplysninger om hva som skal skje i neste sending, deretter spilles vignettmusikken mens programleder rydder i papirene sine og rulleteksten vises. I *Absolutt underholdning* vises gjerne bilder av det tekniske personalet, og i *Stereo* kan vi se hvordan

personalet kommer inn i bildet og vi får den ”oppløsende” effekten Helland og Sand beskriver.

### *Programlederens strukturerende rolle i nyhets- og magasinprogrammer*

Det er ikke bare innledningen og avslutningen som har et rituelt preg i tradisjonelle nyhetsprogrammer. Også programmets hoveddel er stort sett strukturert som en kontinuerlig veksling mellom ankerpersonen som sitter i studio og presenterer en sak, og et båndinnslag som viser saken. Under sendingen har programlederen i nyhetsprogrammer som oppgave å veilede seerne og binde innslagene sammen. Han eller hun er en del av rammeverket, og presentasjonene følger et fast mønster: ”Programlederen sitter på et bestemt vis, ser på oss med det samme blikket, snakker omtrent like lenge foran hvert innslag og bruker stemmen på en måte som er særegen og felles for nyhetsopplesere på fjernsyn” (Helland og Sand 1998: 50).

I enkelte saker er det vanlig å trekke inn en ekspertkommentator som uttaler seg, og slike innslag forløper seg da som et intervju mellom ankerperson og ekspert i studio. Imidlertid har vi sett en oppløsning av den stramme strukturen de senere år, ved at det har blitt mer vanlig å plassere to ankere ved siden av hverandre som kommuniserer seg imellom og veksler på presentasjonsoppgaven. Men i det store og hele har nyhetsprogrammer en fast ramme og variasjonene er små.

Samtlige av programmene i undersøkelsen veksler hovedsakelig mellom studio- og båndinnslag i programmets hoveddel. Heidi Marie Nilsen, som i sin hovedoppgave undersøker kunstprogrammet *Populære bilder* (NRK1), trekker fram *programlederens rolle* som sentral for strukturen i magasinprogrammer. Hun står i studio og knytter reportasjene eller innslagene sammen:

Hun kommenterer reportasjene i for- og etterkant, og skaper overganger når det forekommer tematiske skift i diskursen. Hun forankrer sekvensene som utspiller seg i studio, og i hver enkelt reportasje. Innad i en reportasje kan andre aktører som journalister og intervjuobjekter formidle alternative perspektiver, men ankerpersonen kommenterer hele reportasjen i forkant og etterkant, og forankrer dermed reportasjen som helhet (2002: 39).

Kari Bjørge Johnsen skriver i sin analyse av kulturprogrammer på NRK fjernsyn at programlederen, sammen med en permanent studioutforming og repeterende struktur, skaper helhet og sammenheng i den fragmenterte formen som følger av de korte, uavhengige innslagene (1992: 20).

I programmenes hoveddel finner vi større variasjoner programmene imellom, og disse variasjonene er nært knyttet til programledernes roller. Ett eksempel fra hvert program viser hvordan ankerpersonene binder innslag sammen i henholdsvis *Stereo*, *Extra* og *Absolutt underholdning*:

NSM: *Asbjørnsen og Joh* spiller ut denne uka på Smuget i hovedstaden, altså, så over nyttår så tror jeg faktisk dere kan begynne å følge med på Vestlandet. For da tror jeg at de kommer dit. Denne dama her kjenner du igjen som vokalist i Krøyt, Kristin Asbjørnsen. Men akkurat nå så er Kristin Asbjørnsen på turné med bandet Dadafon. Dadafon spiller nydelige popsanger for...på alt fra sykkelhjul til balafon, som visstnok er den vestafrikanske slektningen til xylofon. Så veit du det. Og mens sekserne hagler over disse her, så har vi snakka med Kristin om døde poeter (*Stereo*, 11.11.02).

HF: "Til tross for den teknologiske utviklingen får vi mennesker stadig mindre tid til å reflektere over hva som er viktig her i livet. En som har vært utbrent er Elton John. Men la oss se hva han har for seg nå" (*Extra*, 18.11.02).

ST: "Ja, hørtes ut som en bra jobb. Arne Hjeltnes er en kar med mange jern i ilden. Fredag er han klar med mimreshowet *Rotløs Ungdom* på Sentrum Scene i Oslo. Med seg har han Jørn Hoel, Steinar Albrightsen og lillebror Sjur" (*Absolutt underholdning*, 20.11.02).

Ankerpersonene "limer sammen" to innslag ved hjelp av kommentarer. I *Extra* var det foregående innslaget som Hanne Fjellvang refererer til, en reportasje om en svensk kvinne som er i ferd med å komme seg etter en langvarig utmattelsesdepresjon. Den "bra jobben" Stål Talsnes i *Absolutt underholdning* refererer til, tilhører NRK-mannen Torkjell Berulfsen. Berulfsen er i ferd med å lage fjernsynsprogrammer om luksus. I disse to programmene kan ikke kommentarene til det foregående innslaget isolert sett gi seeren noen innsikt om hva innslaget har handlet om.

Nina Stensrud Martins kommentar i *Stereo* skiller seg i stor grad fra de øvrige to når det gjelder omfang. I tillegg til en relativt fyldig presentasjon av kommende innslag om Kristin Asbjørnsen og Dadafon, er kommentaren om kabareten *Asbjørnsen og Joh* forholdsvis oppklarende. Språket er også mer muntlig hos Martin, noe som bidrar til et mindre rituelt preg. Til tross for at den brobyggende funksjonen er gjennomgående for alle tre, ser vi derfor en markant forskjell mellom ankerpersonenes presentasjoner i *Extra* og *Absolutt underholdning* på den ene siden, og *Stereo* på den andre siden.

#### *Presentatør, journalist eller deltaker?*

Videre er programmene ulike med hensyn til hvor mye plass de vier til studioinnslagene i forhold til annet stoff. Dette forholdet har innvirkning for hvilken rolle programlederen kan innta. På det ene punktet finner vi *Extra*, der det ikke finnes studioinnslag ut over programlederens presentasjon av båndinnslagene. Presentasjonen foregår ved at

programlederen står ved et bord, henvendt direkte til kamera. Denne typen presentasjoner finner man mellom nesten hvert innslag. Fordi hennes oppgave er begrenset til å skape overganger mellom ulike innslag, framstår Hanne Fjellvangs programlederrolle som relativt passiv; hun fungerer som en *presentatør*.

*Absolutt underholdning* befinner seg i en mellomposisjon i forhold til *Extra* når det gjelder den relative vektleggingen mellom studioinnslag om båndinnslag. Også i dette programmet består størsteparten av innslagene av forhåndsprodusert reportasjestoff. Tilsvarende *Extra* finner vi mellom nesten samtlige innslag programlederen stående ved et bord i studio, henvendt til kamera. Men i tillegg forekommer det også lengre studioinnslag i dette programmet. I denne typen innslag intervjuer programlederen en ”ekspert” eller kritiker. Tirsdag og torsdag er henholdsvis faste musikk- og filmdager, der Thomas Strzelecki anmelder musikk og Brita Møystad Engseth anmelder film. Disse intervjuene kan sies å ligne ekspertintervjuene vi finner i ordinære nyhetsprogrammer.

Faste studioinnslag begrenser seg hovedsakelig til slike intervjuer, og bare unntaksvis kan seeren oppleve for eksempel en live-opptreden med en artist eller en musikkgruppe. Redaksjonssjefen Ronnie Baraldsnes sier at slike svært sjeldne opptredener skal fungere som en overraskelse eller et brudd på seerens forventninger. Et eksempel han refererer til, er 25-årsdagen for Elvis’ død. Da lot redaksjonen artisten Kjell-Elvis få gjøre en ”Elvis-mimegreie” (intervju 24.10.02). Programlederne i *Absolutt underholdning* har i noen tilfeller en mer aktiv rolle enn programlederen i *Extra*, selv om Stål Talsnes og Connie Barr hovedsakelig fungerer som presentatører. Under intervjuene med Strzelecki og Engseth opptrer Stål Talsnes og Connie Barr som *journalister*.

I *Stereo* derimot, er ulike former for studioinnslag mye vanligere. Daglig finnes i utvalgsperioden minst ett innslag som foregår i studio. Disse innslagene begrenser seg ikke til programlederen som intervjuer en kritiker eller ekspert, som filmkritikeren Anne Hoff eller teknologijournalisten Einar Ryvarden. I de to utvalgsukene finnes studiotintervjuer med ulike kulturarbeidere og med en fotballsupporter, og det er flere artister som gir en musikalsk opptreden.

Hver onsdag besøker Jan Vardøen studio. Vardøen er blant annet kjent for å drive utestedet Bar Boca på Grünerløkka i Oslo, og i *Stereo* lærer han seerne bartendertriks og oppskrifter på drinker. Bartendertrikset fungerer hver uke som et veddemål mellom programlederen og Vardøen, der sistnevnte gir en utfordring til programlederen. I sendingen onsdag 20. november spør Vardøen om Andreasen vet hvordan han kan flytte et egg fra ett whiskyglass til et annet uten å røre egget. Andreasen vet ikke svaret, noe som koster ham 100 kroner. Vardøen flytter så egget mellom de to glassene ved å blåse på det. Programlederen smaker også på de ulike drinkene Vardøen lager.

I de forskjellige typene av innslag har Nina Stensrud Martin og Guttorm Andreasen ulike roller. Når programlederne ved hjelp av kommentarer skaper overganger mellom to innslag, inntar de *presentatørrollen*. Under intervjuer med eksperter, kritikere og kulturarbeidere, kan de sies å opptre som *journalister*. Også Vardøen kan karakteriseres som en ekspert, men her inntar programlederen en ny rolle. På grunn av den aktive deltakelsen i innslagene gjennom veddemål og prøvesmaking, vil jeg kalle denne programlederrollen en *deltakerrolle*.

Vi finner dermed at programmene plasserer seg på ulike punkter i en skala når det gjelder programlederens rolle i programmenes hoveddel, med *Extra* på den ene siden, *Absolutt underholdning* i midten og *Stereo* på den andre siden. I *Extra* er det rituelle preget sterkest, med en relativt monoton vekslning mellom programlederen som presentatør og båndinnslagene som vises. I *Stereo* så vi at programlederen er mindre rituell også når hun eller han inntar rollen som presentatør, ved å bruke et mer omfangsrikt og muntlig språk. Den mer aktive programlederrollen i *Stereo* medfører at programmets hoveddel i mindre grad ligner tradisjonelle nyhetsprogram.

Tilstedeværelsen av gjester er nært knyttet til programlederens rolle og har en sentral betydning her. I *Absolutt underholdning* fungerer ekspertintervjuene til å bryte med den monotone vekslingen mellom programleder som presentatør og båndinnslagene, og skaper dermed variasjon i programmet. Likevel fjerner ikke slike intervjuer programmet sjangermessig fra tradisjonelle nyhetsprogram. I *Stereo* er mange av gjesteopptredenene, for eksempel musikalske opptredener i studio, av en slik karakter at bruddet med nyhetssjangeren blir tydelig. Gjestens tilstedeværelse er derfor et viktig bidrag til at *Stereo* skiller seg fra de øvrige to programmene.

#### 4.1.2 Studioutforming og romfølelse

”Programlederen åpenbares for oss i neste øyeblikk, sittende ved et merkelig utseende skrivebord med en liten bunke papirer foran seg og en monitor på siden” (Helland og Sand 1998: 27). Slik kan man beskrive det tv-utsnittet som møter *Dagsrevyens* seere mellom båndinnslagene. Et stikkord er *nøktern studioutforming*. Hvordan er studioutformingene i *Extra*, *Absolutt underholdning* og *Stereo*?

##### *Variasjonsmuligheter og nøktern versus hjemmekoselig setting*

I *Extra* finnes kun én setting i studio. Programlederen står ved et lite rundt bord som rekker henne til hoften, og på bordet har programlederen papirer og et glass eller en kopp. Omtrent to tredjedeler av veggen bak programlederen er dekket av en skjerm som viser programmets logo. Studioet er generelt preget av sterke og klare farger.

Programlederen i *Absolutt underholdning* står ved en benk i hoftehøyde. På benken ses papirer og et glass med vann. Avhengig av kameravinkel og kameraavstand, ses én til tre innfelte monitorer i bakgrunnen av programlederen. Under ekspertintervjuene sitter programlederen og eksperten i hver sin sorte skinnstol. Også dette studioet er preget av sterke og klare farger.

Studioutformingene i *Stereo* lar seg ikke like lett fange i korte beskrivelser, ettersom vi her finner en stadig forflytning mellom ulike settinger. En av disse settingene er en oransjefarget sofa, plassert til høyre for en ditto farget bokhylle med bøker og pynt. Foran sofaen står et grønt og rødt bord i retrostil, og de oransje, gule og brune gardinene bak sofaen har et typisk 70-tallsmønster. I denne sofaen foregår flere av studiointervjuene. Innslagene med drinkmikser Jan Vardøen foregår ved en bar, der flasker og glass i bakgrunnen bidrar til inntrykket av at baren er ”ekte”. En åpen plass brukes til musikalske innslag. Iblant står også programlederen foran et rundt, oransjefarget bord, eller foran vindeltrappen som leder opp til en halv overetasje. Alle fargene er sterke og klare. Dekoren og retrostilen som kjennetegner det meste av møblementet, gir programmet et urbant og moderne preg. Rundt i studio er det også plassert flere tv-apparater i ulike størrelser.

Den nøkterne studiostilen i *Extra* og *Absolutt underholdning* markerer deres slektskap til nyhetsprogrammet. *Stereo*, derimot, fjerner seg gjennom studiodekoren fra nyhetsprogrammet på to måter. For det første gjennom den stadige vekslingen mellom ulike settinger, som ikke er vanlig i tradisjonelle nyhetsprogram. For det andre gjennom studiodekoren i seg selv, som i det ene øyeblikket plasserer seeren hjemme i stua til programlederen, i det neste foran en scene, og i det neste på en bar. Studioutformingen i *Stereo* ligner i større grad den vi finner i underholdningsmagasiner og talk show av typen *Frokost-TV* (NRK1) og *God morgen, Norge* (TV2), og programmet ligger således formmessig i grenseland til en annen hybridsjanger.

### *Bruken av monitorer*

I beskrivelsen av *Dagsrevyens* studioutforming nevnte Helland og Sand *monitoren* som en av få kulisser. Et virkemiddel som er vanlig i fjernsynsnyheter, er bruken av innfelte stillbilder eller film fra det kommende innslaget i bakgrunnen av ankerpersonen når saken introduseres. For eksempel kan man se dette både i *Dagsrevyen* på NRK1 og *Nyhetene* på TV 2. I det øverste høyre eller venstre hjørnet av skjermen, omtrent i samme høyde som ankerpersonens hode, dukker bilder fra den kommende saken opp samtidig som han eller hun gir en innledende presentasjon. Bildene presenteres ikke på en fysisk monitor, men legges over skjermbildet digitalt.

Dette virkemiddelet finner vi igjen i alle de tre programmene i undersøkelsen, men antallet, bruken og plasseringen varierer. I *Absolutt underholdning* er tre monitorer fysisk fastmontert i vegg bak programlederens bord. Avhengig av zooming og avstand mellom kamera og ankerperson, vises én, to eller samtlige tre monitorer. Samtidig som ankerpersonen presenterer en sak verbalt, viser som regel monitorene bilder fra den aktuelle saken. Samtlige monitorer viser samme motiv. Iblant viser monitorene også forskjellige varianter av programlogoen.

I *Stereo* finnes ikke fastmonterte monitorer i studio, men det er altså plassert ulike fjernsynsapparater rundt om i de forskjellige studiosettingene. På samme måte som i *Absolutt underholdning*, brukes skjermen i hovedsak til å vise enten stillbilder eller filmklipp fra det kommende innslaget, mens programlederen verbalt introduserer saken. Også som avslutning på en reportasje brukes ofte skjermen, der de siste bildene av reportasjen kan ses på monitoren før det veksles til studioinnslag.



I *Extra* brukes også én relativt stor monitor som er innfelt i veggen bak programlederen. I motsetning til i de andre programmene, viser aldri monitoren stillbilder eller filmklipp fra det kommende eller foregående innslaget, kun programmets logo.

Bruken av monitorer synes i *Absolutt underholdning* og *Extra* å være en bevisst markering av slektskapet til ordinære nyhetsprogram. Samtidig blir effektene noe varierende som følge av at monitorene brukes på litt utradisjonelle måter. *Absolutt underholdning* er det programmet som i størst grad bruker monitorene omtrent som man gjør i andre nyhetsprogram. Men bruken av flere monitorer framfor én, skaper et mer uryddig og røft bilde enn det nøkterne man får presentert i nyhetsprogrammet. Effekten av å bruke monitorer blir her både en markering av slektskap, men samtidig også en markering av avstand, til sjangeren.

I *Extra* bidrar den ene innfelte monitoren til at studio ligner et nyhetsstudio, selv om skjermen kun brukes til å vise programmets logo. Som kulisse har den dermed en effekt. Ut over dette er funksjonen begrenset til kun å informere seeren om hvilket program som vises på det aktuelle tidspunkt.

*Stereo* er igjen det programmet som skiller seg mest ut i forhold til de øvrige. Skjermene som innleder og avslutter båndinnslagene, fungerer til å skape myke overganger mellom båndinnslag og studioinnslag. Således låner *Stereo* et brobyggende virkemiddel fra nyhetsprogrammet. Men når *Stereo* bruker ordinære fjernsynsapparater i ulike møblerte studiosettinger, blir bruken av monitorer svært annerledes enn i ordinære, nøkterne nyhetsstudio. Monitorene fungerer således ikke til å markere et slektskap til nyhetssjangeren. Isteden bidrar de til det hjemmekoselige preget som vi finner i magasiner av typen *Frokost-TV*.

## 4.2 Ulike typer innslag

Hvordan presenteres innslagene i programmene i undersøkelsen? Ordinære nyhetsprogrammer inneholder grovt sett fire ulike typer innslag; meldinger, reportasjer, intervjuer og kommentarer. De fire typene kan beskrives slik:

*Meldinger:* Korte saker som leses av programleder. De presenteres enten uten bilder, eller de illustreres med stillbilder, grafikk eller videobilder.

*Reportasjer:* Innslag som produseres av reporter og redigerer, samt eventuelt en fotograf. Reportasjene presenteres gjennom en introduksjon av programleder. Innslagene inneholder ofte kortere eller lengre intervjusekvenser.

*Intervjuer:* Når hele innslaget består av et intervju, regnes intervjuet som en egen type.

*Kommentarer:* Disse kan sammenlignes med avisenes lederspalter. Kjennetegnet er at en seniormedarbeider inntar programlederposisjonen og gir en analyse av innen- eller utenrikspolitiske saker (Helland og Sand 1998: 44).

Med denne definisjonen av kommentarer er det lite sannsynlig at programmene i undersøkelsen rommer stoff som samsvarer med betegnelsen. Cecilie Wright Lund skriver at kritikker i dagspressen regnes som en undersjanger av kommentarstoffet, sammen med redaksjonelle kommentarer, kronikker og debattartikler: ”Her står  *vurdering og fortolkning* av emner eller saker i fokus” (2000: 10, Lunds uthevinger). Jeg vil overføre denne definisjonen til programmene og regne kritikker eller anmeldelser til typen kommentarstoff.

Både *Stereo* og *Absolutt underholdning* har på faste dager hver uke anmeldelser i form av intervjuer med kritikere. *Extra* inneholder ikke kritikker, og kommentarstoffet er dermed utelukket her. *Stereo* har ingen meldinger, men de øvrige typene er representert. Vi finner altså ikke korte nyhetssaker i dette programmet. Som eneste program i undersøkelsen benytter *Absolutt underholdning* samtlige fire presentasjonsmåter som er typiske for nyhetsformatet. I tillegg vi også en annen type representert i både *Absolutt underholdning* og *Extra*, som kan karakteriseres som *meningsmåling*. I førstnevnte program kan seerne ringe inn og avgi svar på et konkret spørsmål, og i *Extra* foregår meningsmålingen ved at et spørsmål stilles til tilfeldige personer utendørs. Videre har vi altså sett at *Stereo* gjennom live-innslag i studio kan sies å presentere forestillinger og konserter i miniformat. I disse innslagene finner vi en kvalitativt annerledes tilnærming til kulturformene enn i nyhetstypene, og mangfoldet i tilnærmingsmåter kan på denne bakgrunn sies å være større i *Stereo* enn i de øvrige programmene.

### 4.3 Innslagene – antall og kulturell bredde

En fellesnevner ved magasinprogrammer er sammensetningen av mange ulike innslag. Kari Bjørge Johnsen finner i utgaver av NRKs internaviser ”Omkring NRK” og ”Tidssignalet” utgitt på slutten av 80-tallet og begynnelsen av 90-tallet, en rekke innlegg som retter skarp kritikk mot den såkalte ”magasinsyken” både i statskanalens fjernsyn og radio (1992: 18). En av dem som stiller seg kritisk til magasinets økende utbredelse innenfor kulturjournalistikken, er Jo Bech-Karlsen. For å underbygge sitt syn siterer han Hans Tore Bjerkaas<sup>21</sup> i fjernsynsavdelingen i NRK Troms. I et intervju sier Bjerkaas følgende om kulturmagasinene: ”[...] du får sjelden anledning til å brette en sak skikkelig ut, de interessante programmene glimrer med sitt fravær. Det blir litt om teater og litt om film – magasin, magasin, magasin” (1991: 181).

Kritikkene retter seg altså mot de begrensede mulighetene til å gå i dybden på den enkelte sak. Samtidig er det mulig å se det brede tematiske tilfanget i magasinprogrammets som en fordel. I opposisjon til det mer negativt ladde begrepet fragmentering, kan sammensetningen av korte innslag om ulike temaer også forstås som at magasinet presenterer *mangfold*:

Den opprinnelige betydningen av begrepet *magazine* – som vi også har i norsk – var ”lager”, og ordet ble overført for å betegne det mangfoldige forråd av informasjon og annet stoff som de aktuelle publikasjonene representerte, etter samme logikk som siden gjorde at begrepet ble betegnelsen på butikker med stort og sammensatt varetilbud (stormagasin) (Gripsrud 1999: 12, Gripsruds utheving).

Selv om Jostein Gripsrud refererer spesielt til skrevne publikasjoner, gjelder dette også andre medier som fjernsyn. Magasinet gir mulighet for å presentere mangfold, i dette tilfellet av kulturformer, kulturuttrykk og kulturarbeidere. Flere har muligheten til å komme til orde, og publikum får bredere innsikt i hva som foregår. Bjørge Johnsen påpeker at NRKs satsing på programformer som magasinet, kan oppfattes som en frigjøring fra tradisjonelle tanker om oppdragelse og opplysning av de uopplyste massene. Frigjøringen kan igjen tolkes som ”[...] en anerkjennelse av mangfoldet og motsetningene i tilværelsen” (1992: 22). Større bredde appellerer til flere seere, og slik kan kulturmagasinene også bidra til å bringe andre kulturformer ut til folk enn dem de vanligvis selv oppsøker.

I kapittel 3 så vi at de programansvarlige generelt var opptatt av variasjon mellom ulike temaer og at innslagene ikke måtte ha for lang varighet. Videre så vi at Line Hødnebø i *Stereo*

---

<sup>21</sup> Bjerkaas har lang bakgrunn i NRK, først som programsekretær, redaksjonssjef og distriktssjef i Troms. Videre har han vært ansatt i TV 2, og senere i seks år som fjernsynsdirektør i NRK, før han vendte tilbake til stillingen som distriktssjef i Troms.

var opptatt av ”urban kultur” og ”populærkultur”, Ronnie Baraldsnes i *Absolutt underholdning* prioriterte ”underholdende kultur” og Peter Settman i *Extra* vektla ”entertainment news”. Hvor mange innslag finner vi i hvert program én tilfeldig valgt dag? Viser programmene en vektlegging av et bestemt område i det såkalte kulturelle hierarkiet, og presenterer programmene innhold som grenser mot andre samfunnsområder enn kultur?

#### **4.3.1 Antall innslag**

Den følgende oversikten viser sammensettingen i sendingene mandag 18. november 2002<sup>22</sup>. En relevant faktor for sammenligningen er programmenes individuelle varighet. *Stereo*, *Absolutt underholdning* og *Extra* varer henholdsvis 25, 20 og 30 minutter, men i *Extras* tilfelle inkluderer sendetiden også en reklamepause med omtrent 6 minutters varighet.

---

<sup>22</sup> Jeg har utelatt programledernes opptredener i begynnelsen og slutten av programmene, samt mellom ulike innslag, i de tilfeller hvor opptredenene ikke presenterer en egen sak.

**Tabell 4.3.1.1 Programsammensettingen 18.11.02**

<i>Stereo (NRK2)</i>	<i>Absolutt underholdning (TV 2)</i>	<i>Extra (TV3)</i>
1. "Tilstandsrapport" fra stua til Gry J. Jarlum før premieren på <i>Koht vs. Jay-Diva</i> samme dag på NRK2 <u>Overskrifter:</u> a) Kulturkollektivet Hausmania b) Fadosangeren Mariza c) Bandet The Sounds 2. Reportasje om Hausmania <i>Egenreklame</i> 3. Reportasje om Mariza 4. Studiointervju med Einar Ryvarden om bærbare pc-er <i>Egenreklame</i> 5. Reportasje om The Sounds 6. "Tilstandsrapport" fra stua til Gry J. Jarlum (nr.2)	1. Melding om skandaløs fest i Justisdepartementet <u>Overskrifter:</u> a) Nakne bryst i <i>Koht vs. Jay-Diva</i> b) Førpremiere på <i>Harry Potter og mysteriekammeret</i> c) Aktivister på motevisning 2. Reportasje om <i>Koht vs. Jay-Diva</i> 3. Studiointervju med Lasse Gimnes om <i>Koht vs...</i> 4. Melding om <i>Idol</i> , illustrert med bilder fra en utenlandsk versjon 5. Studiointervju med Lasse Gimnes om <i>Idol</i> 6. Melding om de mest sette programmene på tv sist uke 7. Reportasje om førpremiere på <i>Harry Potter og mysteriekammeret</i> <u>Teaser</u> om aktivister på motevisning 8. Melding om brudd mellom prinsesse Madeleine og Erik Granath 9. Reportasje om Synnøve Svabø-opptreden i Haugesund 10. Melding om skuespillere i USA som lærer å snakke fort for å unngå at publikum kjeder seg 11. Melding om Wyclef Jean, som unnskylder at han har avlyst en konsert i Oslo og lover å komme senere isteden 12. Reportasje om aktivister på motevisning 13. Meningsmåling: "Er det greit å bruke dyrepels?" 14. Melding om at frosken Kermit har fått egen stjerne på Hollywoods Walk of Fame 15. Reportasje om mann som gir ut en ren plystreplate (reporter Troy Gulbrandsen)	<u>Overskrifter:</u> a) Elton John samarbeider med boyband b) Datingfirma for rike mennesker c) Britney Spears Teen Awards 1. Reportasje om Steven Spielberg på Cuba 2. Meningsmåling (utendørs intervju med tilfeldig forbipasserende): "Hva kunne du aldri tenke deg å ha på deg?" 3. Reportasje om tysk aktivistgruppe som varsler folk om fartskontroller <u>Teasere:</u> a) Britney Spears Teen Awards b) Eneggede tvillinger tar plastisk operasjon c) Elton John samarbeider med boyband REKLAMEPAUSE <u>Teasere:</u> a) Eneggede tvillinger tar plastisk operasjon b) Elton John samarbeider med boyband 4. Reportasje om tysk date-firma for rike mennesker 5. Reportasje om svensk kvinne med utmattelsesdepresjon 6. Melding om Britney Spears Teen Awards 7. Melding om Elton John som samarbeider med bandet Blue <u>Teasere for neste sending:</u> a) Livsfarlige barneklær b) Kjendiser som snart skal gifte seg c) Eventyret <i>Pinocchio</i> har blitt film 8. Reportasje om eneggede tvillinger som tar plastisk neseoperasjon

*Stereo* dekker fem ulike saker, foruten overskriftene innledningsvis og to korte egenreklamer. Den ene saken (*Koht vs. Jay-Diva*) dekkes to ganger i løpet av sendingen, slik at programmet totalt kan sies å ha seks innslag. *Absolutt underholdning* har jeg inndelt i 15 ulike innslag, men nummer 2 til 5 bindes sammen av et studiointervju og kan således regnes som ett enkelt innslag. Likevel har *Absolutt underholdning* her mer enn dobbelt så mange ulike saker som

*Stereo*. I tillegg har TV 2-programmet den korteste sendetiden av de tre programmene, noe som bidrar til å senke gjennomsnittstiden per innslag ytterligere i *Absolutt underholdning*. *Extra* bruker mye av sendetiden på overskrifter, teasere og reklamepause, men har likevel åtte saker i løpet av sendingen.

*Stereo* er dermed det programmet som bruker mest tid per sak i gjennomsnitt og hvor man således finner det roligste tempoet. Dette gir *Stereo* større muligheter enn de øvrige programmene til å gå i dybden på den enkelte sak. *Absolutt underholdning* har på sin side størst mulighet til å presentere et mangfold av kulturuttrykk og sjangere.

#### **4.3.2 Kulturbegrepet som spenningsfelt**

Jeg har tidligere vært inne på at kultur er et spenningsfylt og motsetningsfylt begrep, og at grensene mellom kultur og andre samfunnsområder kan være utydelig. Som et grunnlag for å diskutere i hvilken grad programmene rommer et bredt spekter av kulturformer fra høykultur til populærkultur, vil jeg først gi en mer utdypende presentasjon av noen tilnærmingmåter til kulturbegrepet.

##### *Kulturbegrepet i norsk kulturjournalistisk sammenheng*

En måte å gå fram på er å undersøke praktikernes perspektiv. Hvordan definerer kulturjournalister selv kultur? Hvilke motsetninger og spenninger kommer til uttrykk her?

”Å definere kultur er halsbrekkende gjerning”, skriver Jo Bech-Karlsen (1991: 72). Istedenfor å gjøre et forsøk på dette, redegjør han for de fem mest brukte kulturbegrepene i norsk kulturjournalistisk sammenheng. Disse er følgende:

- 1) *Kunstbegrepet*: Begrepet innebærer at kultur kun omfatter kunst; altså de produkter som kunstnere har skapt. Dette er et snevert kulturbegrep.
- 2) *Det snevre sektorbegrepet*: Dette er et mer romslig begrep enn det forrige, fordi det omfatter alle aktiviteter innenfor kultursektoren – kulturlivet. Det inkluderer for eksempel massemedia, rock og jazz, men holder idrett, fritidsaktiviteter og amatørkultur utenfor.
- 3) *Det utvidede sektorbegrepet*: Her innlemmes også idrett, fritidsaktiviteter og amatørkultur. Ifølge Bech-Karlsen fikk begrepet spesielt gjennomslag på 1970-tallet, da det var et ønske om å oppvurdere den folkelige kulturen.

- 4) *Det kognitive kulturbegrepet*: Dette begrepet innebærer at kultur er de byggverk av tenkning eller de tankemønstre som et samfunn skaper. Det er mer abstrakt enn de foregående begrepene, og her settes tanke foran handling.
- 5) *Aspektbegrepet* eller *det åpne kulturbegrepet*: Bech-Karlsen henviser til Klausen (1977) når det gjelder den siste betydningen av begrepet. Her gjelder at kultur er et aspekt eller en side ved alle aktiviteter i samfunnet. Dette er en bred forståelse av kultur som står i motsetning til sektorbegrepet (1991: 72-74).

Jo Bech-Karlsen mener kulturjournalistene bør ha den siste forståelsen som premiss i sin tilnærming til kulturen. Denne tankegangen kan sies å ha gode demokratiske hensikter, men samtidig kan det hevdes at en slik tilnærningsmåte vil gjøre det vanskelig å skille kulturjournalistikken fra andre journalistiske områder. En slik forståelse av begrepet vil også gjøre det vanskelig å analysere, beskrive og kritisere kulturdekningen.

#### *Legitim, legitimerbar og arbitrær kultur*

Underforstått i de ulike tilnærminger til kulturbegrepet Bech-Karlsen skisserer, ligger også oppfatningen om at ulike kulturformer har ulik verdi, der for eksempel kunsten er plassert over en del andre kulturformer. Den franske sosiologen Pierre Bourdieu argumenterer for at forskjellige typer kulturuttrykk er organisert etter status i et hierarki: "[T]he various systems of expression, from theatre to television, are objectively organized according to a hierarchy independent of individual opinions, which defines *cultural legitimacy* and its gradations" ([1965] 1990: 95, Bourdieus utheving). Han mener dette hierarkiet består av tre nivåer; sfæren for det legitime, sfæren for det legitimerbare og sfæren for det arbitrære.

Kulturuttrykkene på det første nivået henter legitimitet fra universitetene og omfatter for eksempel litteratur, teater og klassisk musikk. På det andre nivået finner man film, fotografi, jazz og visesang. Disse uttrykkene er på vei oppover i det kulturelle hierarkiet og får legitimitet fra kritikere og klubber, for eksempel filmklubber. Uttrykkene i den arbitrære sfære, eller sfæren for segmentert legitimitet, legitimeres av "ikke-legitime legitimeringsautoriteter" som motedesignere og reklamefolk. Her finner man klær, kosmetikk, møbler, mat og sportsarrangementer ([1965] 1990: 96). Samlet kan Bourdieus tilnærming til kulturbegrepet sies å være bred og inkluderende, men samtidig avgrenset. Begrepet rommer

enkelte kulturformer som ikke tas hensyn til i det utvidede sektorbegrepet, men holder de mer abstrakte sidene ved kultur utenfor.

Kan sfærene innenfor hierarkiet sies å være gyldige i dag? Liv Hausken skriver følgende om Bourdieus hierarki: "Bourdieu's analyse av kulturuttrykkenes legitimitetshierarki er rettet mot strukturer og relasjoner, ikke mot substanser eller historisk uforanderlige størrelser" (Hausken 2002: 191). Som jeg også har vært inne på i en tidligere undersøkelse av *Stereo* og *Absolutt underholdning*, må man ta høyde for at denne artikkelen er skrevet for snart 40 år siden (Bergtun 2002: 8). Ut fra kriteriet om akademisk aksept, kan det hevdes at for eksempel film nå befinner seg i den legitime sfære. Samtidig er ikke "film" som kulturform noe entydig begrep innenfor et slikt hierarki, ettersom noen filmer verdsettes høyere av academia og smaksdommerne enn andre. Klassifiseringene av film er også i kontinuerlig forhandling. Man ser stadig eksempler på at kritikerslaktede filmer får status som kultfilm av nye seergrupper, og dermed får oppgradert sin verdi.

Videre har for eksempel mange nye musikksgangre oppstått eller fått sin status oppgradert, slik at både pop, rock, hip hop, elektronisk musikk og så videre, kan sies å befinne seg i den legitimerbare sfære sammen med jazzen. Innenfor disse musikksgangrene vil det igjen finnes distinksjoner mellom hva kritikere mener er god eller dårlig musikk, noe som ytterligere kompliserer bildet. Skillet mellom sfærene kan dermed ikke kun være determinert av kulturformen, og ut fra dette blir det åpenbart at det er vanskelig å plassere alle kulturuttrykk i gjensidig utelukkende kategorier. Artikkelen er også skrevet med tanke på franske forhold, altså et samfunn som på vesentlige måter skiller seg fra det norske. Likevel kan artikkelen si noe om den relative plasseringen ulike kulturuttrykk har i samfunnet (Bergtun 2002: 8-9).

### *Populærkultur*

Begrepet "populærkultur" brukes gjerne i tilknytning til kulturformer i nedre del av det kulturelle hierarkiet. Men også bruken av dette begrepet illustrerer hvor innfløkte strukturene innenfor kulturen er. Film er igjen et godt eksempel; man snakker om "høy" kunstfilm og "lav" underholdningsfilm, men film som helhet omtales gjerne som "populærkultur". For mer presise definisjoner av populærkulturen må en derfor lete andre steder enn i det hierarkiske verdssystemet. Populærkulturen har særskilte kjennetegn knyttet til produksjonsmåte og distribusjon. Jostein Gripsrud skriver at



[...] den moderne populærkulturen [er] kjennetegnet ved mer eller mindre *industrielt organisert, profesjonell produksjon* og ved at formidlingen til publikum skjer gjennom *massemedier og andre kommersielt baserte kulturinstitusjoner*. [...] *Studiet av populærkultur er [...] studiet av den kommersielt baserte og industrielt organiserte kulturproduksjonen og dens forhold til sitt publikum og dettes livsform* (1988: 40-41, Gripsruds uthevinger).

Populærkultur karakteriseres dermed av visse økonomiske faktorer; kulturproduksjonen er kommersielt basert og industrielt organisert.

De økonomiske faktorene gir likevel ikke noen klare grenser mot den ”seriøse”, ”legitime” eller ”høge” kulturen, fordi

[k]ommersialisering og industriliknende (hierarkisk-byråkratisk) organisering av kulturproduksjonen [...] i realiteten [er] et allment kjennetegn ved kulturen under kapitalistiske produksjonsforhold, sjøl om den ”høge” kulturproduksjonen ofte i utgangspunktet har et klarere preg av førindustrielt *håndverk* (1988: 41, Gripsruds utheving).

Ut fra dette er det nærliggende å trekke ut en sentral faktor som kan skille et populærkulturelt verk fra høykulturelt verk, nemlig at kulturen først kalles ”høy” hvis den kan tilskrives en form for *originalitet*.

For å kunne drøfte forekomsten av innslag som ikke omhandler kultur, forholder jeg meg til Bourdieus inkluderende men avgrensede tilnærming til kulturbegrepet. En videre drøfting av innslagene temaer og innhold på bakgrunn av hans sfærer, har jeg imidlertid funnet lite hensiktsmessig på grunn av kompleksiteten i kultursystemet. Isteden har jeg her tatt utgangspunkt i spenningen mellom begrepene høykultur og populærkultur.

#### **4.3.3 Innslagene – tema og vinkling**

Hvilke former for kulturelle uttrykk finner vi i programmenes dekning? Vi kan igjen ta for oss sendingene mandag 18. november, men her se på programmene enkeltvis og se bort fra overskrifter og annet tilleggsstoff. Jeg har kategorisert innslagene i henhold til tema (T) og gitt en kort innføring i sakens vinkling (V).

**Tabell 4.3.3.1 Kategorisering av innslagene i *Stereo* (18.11.02). T=tema, V=vinkling**

1. "Tilstandsrapport" fra stua til Gry Jannicke Jarlum <sup>23</sup> T: Fjernsyn V: Tidligere <i>Stereo</i> -medarbeider C. Koht har bodd hos Jarlum i to måneder og laget reality-serie. Premiere samme kveld. Oppfordring til å se programmet	2. Reportasje om Hausmania T: Ulike kulturformer og -arbeidere V: Hvordan ulike kunstnere/kulturarbeidere bor, lever og arbeider i kollektivet. Fokus på dugnadsånd, lav husleie og liberal livsførsel	3. Reportasje om fadosangeren Mariza T: Verdensmusikk (portugisisk fadosang) V: Om forskjellen mellom tristhet og melankoli; fadosangen og det portugisiske folk er melankolske framfor triste
4. Studiointervju med Einar Ryvarden T: Forbrukerstoff (teknologi) V: Nye typer bærbar pc-er på markedet, deres bruksområder og antatte popularitet	5. Reportasje om The Sounds T: Pop-musikk V: 80-tallssoundet er tilbake i pop-musikken. Forklaring: publikum er lei destruktiv musikk og foretrekker nå isteden energiske musikkformer	

Oversikten viser at det her er forekomst av innslag om fjernsyn og pop-musikk, og disse temaene vil jeg karakterisere som populærkulturelle. Videre handler et av innslagene om verdensmusikk, nærmere bestemt portugisisk fadosang. Fadosang er en type folkemusikk som tradisjonelt hadde sitt publikum i portugisisk arbeiderklasse, og kan dermed også karakteriseres som populærkultur. Hausmania-kollektivet holder til i et forfallent hus på Grünerløkka i Oslo som leies for en symbolsk sum. Beboerne er mange og kulturformene som utøves av ulikt slag. Reportasjen handler både om grafittien på veggene i bakgården og om arbeidet til billedkunstnere og musikere som bor og arbeider i huset. Innslaget kan i seg selv sies å utforske spenningene i kulturbegrepet, gjennom å vise hvordan ulike kulturformer lever side om side. Innslaget rommer således både høykulturelle og populærkulturelle temaer.

Intervjuet mellom programleder Guttorm Andreassen og journalisten Einar Ryvarden er sentrert rundt et tema jeg mener det er problematisk å karakterisere som kultur. Ryvarden er fast gjest i *Stereo* annenhver mandag, og fungerer som en ekspert innenfor området teknologi. I innslaget denne mandagen har Ryvarden med seg et utvalg nye typer bærbar pc-er med ulike bruksområder, blant annet en elektronisk skriveblokk. I intervjuet er fokuset rettet mot datamaskinenes teknologi og anvendelsesområder, framfor innholdet (for eksempel pc-spill eller lignende).

<sup>23</sup> Dette innslaget har to deler, ett i begynnelsen og ett i slutten av sendingen. Den siste delen er mest innholdsrik. I beskrivelsen av vinklingen har jeg forholdt meg til de to delene samlet.

Hovedvekten av innslagene er således konsentrert rundt populærkultur, men det forekommer også innslag som beveger seg i grenseland mot høyere kultur, samt innslag som omhandler andre temaer enn kultur.

Vinklingen er hovedsakelig rettet mot forhold relatert til kulturproduktet saken handler om, som historien bak melankolien i fadosangen eller bakgrunnen for The Sounds' forkjærlighet for 80-tallssounden. De to innslagene om *Koht vs. Jay-Diva* skiller seg imidlertid noe ut her, fordi både Andreasen og Christine Koht gjentatte ganger oppfordrer seerne til å se premieren som følger etter *Stereo*-sendingen. Innslagene fungerer således i noen grad som promoterende for et annet NRK2-program.

**Tabell 4.3.3.2 Kategorisering av innslagene i *Absolutt underholdning* (18.11.02). T=tema, V=vinkling**

1. Melding om fest i Justisdepartementet T: Sensasjon V: Politiet måtte tilkalles da justisminister Odd Einar Dørum og "byråkraten" i departementet hadde internseminar. Skandaløs og pinlig hendelse	2. Reportasje om <i>Koht vs. Jay-Diva</i> Studiointervju med Lasse Gimnes om <i>Koht vs. Jay-Diva</i> T: Fjernsyn V: Jannicke Jarlum som person, og at Christine Koht viser nakne bryst i programmet. Reality-tv generelt fortsatt et satsningsområde i Norge	3. Melding om <i>Idol</i> Studiointervju med Lasse Gimnes om <i>Idol</i> T: Fjernsyn V: Hvorvidt <i>Idol</i> blir like populært i Norge som i utlandet. Informasjon om at publikum fortsatt har muligheten til å melde seg på
4. Melding om de mest sette programmene på tv sist uke T: Fjernsyn V: Det mest sette programmet på hver kanal og programmets seertall	5. Reportasje om førpremiere på <i>Harry Potter og mysteriekammeret</i> T: Film V: Kjente norske personer og deres barn er på førarrangement og filmpremiere	6. Melding om brudd mellom prinsesse Madeleine og Erik Granath T: Kongehus V: Den svenske kongen er tilfreds med at datteren har brutt med "bråkmakeren" Granath
7. Reportasje om Synnøve Svabø-opptreden i Haugesund T: Revyscenen V: Etter serien <i>Synnøves duell</i> har Svabø hatt et lengre fravær fra søkelyset. Kontakter i Haugesund brakte henne dit. Revyscenen gir Svabø nye muligheter til utfoldelse	8. Melding om skuespillere i USA som lærer å snakke fort T: Fjernsyn V: På bakgrunn av amerikanske tv-produsenters frykt for tap av seere, trenes skuespillere til å snakke fort slik at poenger og humoristiske høydepunkter kommer tettere	9. Melding om Wyclef Jeans avlyste konsert i Oslo T: Pop-musikk V: Konserten ble avlyst uten påviselig grunn. Jean unnskylder seg ovenfor publikum og lover å komme tilbake så snart som mulig
10. Reportasje om motevisning T: Mote V: Aktivister forsøkte å stoppe en modell på catwalken fordi hun tidligere har reklamert for dyrepels. Videre noe fokus på kjendiser som var til stede, og på kvinnekroppen	11. Meningsmåling: "Er det greit å bruke dyrepels?" T: Mote V: Seerne kan sende inn sitt svar per sms	12. Melding om at frosken Kermit har fått egen stjerne på Hollywoods Walk of Fame T: Film/fjernsyn V: Kermit framstilles som en levende person, i tråd med slik publikum er vant til å se ham. Humoristisk vinklet

13. Reportasje om mann som gir ut plystreplate (reporter Troy Gulbrandsen) T: Plystring V: Hvilke forventninger har mannen til kjendisstatusen? Ironisk og humoristisk vinkling som samsvarer med Gulbrandsens øvrige faste innslag		
---	--	--

Kategoriseringen viser at fire innslag handler om fjernsyn, ett har et tema som ligger i grenseland mellom fjernsyn og film, og ett innslag handler om film. Videre handler to innslag om mote, ett om pop-musikk, ett om revyscenen og ett om plystring. Alle disse 11 temaene vil jeg karakterisere som populærkultur.

Temaene i to av innslagene finner jeg det vanskelig å karakterisere som kultur. Det første omhandler en fest i Justisdepartementet der en av festdeltakerne kastet isklumper på gjester ved et utested i nærheten. Vi får vite at justisminister Odd Einar Dørum var til stede ved festen, men innslaget kan ikke sies å presentere verken kulturpersoner eller kulturuttrykk. En annen sak omhandler den svenske kongens tilfredshet over at datteren Madeleine har brutt med sin kjæreste. Heller ikke denne saken tar for seg kulturpersoner eller kulturuttrykk. Hovedvekten av temaene i denne sendingen befinner seg dermed i det populærkulturelle feltet, samtidig som programmet også inneholder noen innslag som omhandler andre temaer enn kultur.

Flere av innslagene er imidlertid til dels vinklet mot forhold som ligger utenfor temaet som dekkes. Innslaget fra motevisningen handler ikke primært om mote, men isteden om aktivister som forsøker å forhindre en modell i å gjøre jobben sin. Troy Gulbrandsens innslag omhandler plystrekunst og således kulturformen i seg selv, men innslaget framstår som en ironisering over plystring som kulturform. Videre dreier innslaget om førpremierer på filmen *Harry Potter og mysteriekammeret* seg ikke så mye om filmen i seg selv, men mest om kjente norske personer og deres barn som er til stede ved premieren. Til slutt er meldingen om Wyclef Jean vinklet på en konsert som ennå ikke har funnet sted, og ikke på Jean som musiker eller musikken hans.

**Tabell 4.3.3.3 Kategorisering av innslagene i *Extra* (18.11.02). T=tema, V=vinkling**

1. Reportasje om Steven Spielberg på Cuba T: Film V: Spielbergs popularitet på Cuba og hans rolle i den politiske konflikten mellom USA og kommuniststaten	2. Meningsmåling: "Hva kunne du aldri tenke deg å ha på deg?" T: Mote V: Tilfeldige personer på gata svarer på spørsmålet	3. Reportasje om tysk aktivistgruppe som varsler folk om fartskontroller T: Human interest V: Oppgjør med trafikkpoliti som prioriterer muligheter for inntjening framfor å sikre utsatte områder som skoleveier
4. Reportasje om tysk kontaktformidlingsfirma for rike mennesker T: Livsstil V: Nyskilt kvinne med eksklusive levevaner søker rik mann; rik mann søker kvinne	5. Reportasje om svensk kvinne med utmattelsesdepresjon T: Human interest V: Ved å presse seg selv for hardt over lengre tid, kan resultatet bli alvorlig, langvarig mental og fysisk sykdom	6. Melding om Britney Spears Teen Awards T: Pop-musikk V: Spears' personlige engasjement for å hjelpe unge mennesker. Videre noe fokus på hennes popularitet og kjolen hennes
7. Melding om Elton John som samarbeider med bandet Blue T: Pop-musikk V: John og boybandet Blue skal gi ut en ny versjon av singelen "Sorry seems to be the hardest word". Blue legger snart ut på turné	8. Reportasje om tyske eneggede tvillinger som tar plastisk neseoperasjon T: Kosmetikk V: Tvillingene er begge misfornøyde med nesene sine, og foretar identiske operasjoner for å fortsatt være helt like utseendemessig	

Av de totalt åtte innslagene kan fem av temaene som dekkes, plasseres i det populærkulturelle feltet. To av disse innslagene omhandler pop-musikk, og videre dekkes film, mote og kosmetikk gjennom henholdsvis ett innslag hver. To innslag har temaer jeg har kalt human interest, og disse temaene regner jeg ikke som kultur. Det ene innslaget omhandler en tysk aktivistgruppe som varsler bilførere per sms om trafikkontroller langs veien, og i det andre får vi møte en ung svensk kvinne som er i ferd med å restitueres fra utmattelsesdepresjon. Ett innslag har videre et tema jeg har kalt livsstil, og omhandler et tysk kontaktformidlende firma som utelukkende hjelper rike mennesker å finne hverandre. Dette temaet regner jeg heller ikke som kultur.

I innslagene som omhandler populærkulturelle temaer, finner vi at vinklingen i flere av tilfellene er rettet mot forhold som ligger utenfor kulturproduktet som dekkes. Reportasjen om Steven Spielberg som besøker Cuba i forbindelse med premieren på filmen *Minority Report*, omhandler i stor grad Spielbergs innsats for å skape et bedre samarbeid mellom USA og Cuba på det politiske plan. Videre er meldingen om Britney Spears Teen Awards vinklet på Spears' personlige engasjement for å hjelpe unge mennesker, framfor på musikk generelt og hvem

som ble tildelt priser under arrangementet. Reportasjen om tvillingene som tar identiske plastiske operasjoner, har jeg i henhold til Bourdieus tilnærming til kulturbegrepet kategorisert som populærkultur, fordi temaet kan sies å være kosmetikk. Men innslagets vinkling gjør at det i like stor grad presenterer en form for sensasjonsnyhet, og temaet befinner seg således i grenseland til et av de andre stoffområdene Peter Settmann oppga som satsningsområde.

Vi kan oppsummere med at samtlige programmer denne utvalgte dagen henter nesten alt sitt stoff fra det populærkulturelle feltet, og videre at det i samtlige program forekommer innslag som omhandler temaer det er vanskelig å definere som kultur. *Extra* er det programmet hvor forekomsten av andre temaer er størst, noe som stemmer overens med Peter Settmanns utsagn om fordelingen av ulike stoffområder i programmet. *Stereo* har, som eneste program, ett innslag der høykultur og populærkultur dekkes side om side. Videre finner vi i samtlige programmer forekomst av kultursaker der vinklingen er rettet mot forhold som ligger utenfor kulturproduktet som dekkes. Denne forekomsten er i større grad tilstedeværende i *Absolutt underholdning* og *Extra* enn i *Stereo*. *Stereo* skiller seg her fra de øvrige programmene fordi sakene i hovedsak er vinklet mot kulturproduktet i seg selv.

#### 4.4 Hvor endte jakten?

Den første delen av programanalysen har vist at programmene følger omtrent det samme mønsteret som tradisjonelle nyhetsprogrammer i innledningen og avslutningen av sendingene. I hoveddelen er imidlertid variasjonene mellom programmene markante. Spesielt skiller *Stereo* seg fra de øvrige programmene, med en løsere struktur helt ulik nyhetsprogrammets rituelle veksling mellom programlederen i studio og ulike båndinnslag. Dette markante skillet manifesterer seg både gjennom programlederens veksling mellom ulike roller, tilstedeværelsen av forskjellige gjester og derigjennom live-innslag i studio, samt studioutforming. *Stereo* har heller ikke innslag av typen meldinger, som er typisk for nyhetsformatet.

Også mellom *Extra* og *Absolutt underholdning* er det skiller når det gjelder programlederroller og studioutforming, og *Absolutt underholdning* har større grad av variasjon når det gjelder studioinnslagene. Men begge programmer holder seg likevel innenfor nyhetsprogrammets formatregler. De tre programmene kan således sies å utnytte

formatet kulturnyhetsmagasin på ulike måter, der spesielt *Stereo* skiller seg fra de to andre programmene.

En mangfoldig kulturdekning innenbærer blant annet at kulturen kan tilnærmes gjennom varierte framstillingsformer. Den løse strukturen i *Stereo* åpner i større grad for studioinnslag der ulike kulturarbeidere kan opptre live, og på den måten at forestillingen og konserten gis en plass i programmet. Studiointervjuene som vi finner både i *Stereo* og *Absolutt underholdning*, gir muligheter for drøftinger og analyser av ulike kulturprodukter. *Extra* er således det programmet som i minst grad har muligheter til å presentere kulturelt mangfold i betydningen varierte framstillingsformer, mens *Stereo* i størst grad har muligheter for variasjon i dette henseende.

*Absolutt underholdning* dekker betydelig flere innslag i sin sending enn de øvrige programmene. Programmet kan således sies å presentere bredde og mangfold i kvantitativ forstand. Samtidig gir et høyt antall innslag mindre tid til den enkelte sak. *Stereo* har færrest antall innslag i sin sending, noe som medfører at sakene gjennomsnittlig er lenger i varighet her. Også *Extra* inneholder relativt få innslag, selv om programmet bruker en del plass på teasere sendingen igjennom. Men potensielt sett har både *Stereo* og *Extra* større muligheter enn *Absolutt underholdning* for å gi kritiske, analytiske og fordypende perspektiver i sine saker, som er et annet kriterium for kulturelt mangfold. I neste kapittel vil jeg gå nærmere inn i enkeltsaker og blant annet undersøke graden av fordypning i sakene.

Når det gjelder innhold, har samtlige programmer det til felles at de i overveiende grad dekker populærkultur framfor høykultur. *Stereo* har som eneste program ett innslag som kan sies å utforske grensene mellom populærkultur og høykultur. I dette henseende finner vi altså begrensninger i det kulturelle mangfoldet. Når det er sagt, finner vi bredde i programmenes dekning *innenfor* det populærkulturelle feltet. Mange ulike populærkulturelle sjangere, fra fadosang til plystrekunst, vies plass i programmene.

Alle programmene presenterer innslag som faller utenfor Bourdieus tilnærming til kulturbegrepet, men dette forholdet er i størst grad tilstedeværende i *Extra*. I *Extra* og *Absolutt underholdning* finner vi videre en større forekomst av vinklinger som er rettet mot forhold utenfor kulturproduktet som dekkes, slik at kulturen i mindre grad presenteres som et

eget tema. *Stereo* kan således sies å være det programmet som har en mest rendyrket kulturprofil når det kommer til innhold.



## 5. FILMDEKNING PÅ NYHETENES PREMISSE

”Hva skjer når en bestemt kulturform – film – presenteres på nyhetenes premisser?” var ett av spørsmålene jeg stilte i kapittel 1. I denne delen av analysen søker jeg å besvare den tredje problemstillingen, som jeg formulerte slik: *Hvilke muligheter finnes det i formatet for mer fordypende filmjournalistikk – og hva sier dette om nyhetsmagasinets muligheter for mangfoldig kulturdekning?*

Muligheter for fordypende filmjournalistikk operasjonaliserte jeg som:

- i hvilken grad programmene dekker filmer fra ulike deler av det filmkulturelle hierarkiet
- hvordan hensynet til tempo og variasjon i programmene håndteres i forhold til innholdet i den enkelte sak
- i hvilken grad filmkritikkene drøfter også de tematiske sidene ved filmene og konklusjonene er begrunnet
- i hvilken grad filmene behandles på egne premisser; det vil si i hvilken grad det er filmen som kunstuttrykk og ikke andre utenforliggende elementer, som er fokus i innslagene

Dette kapitlet vil altså konsentrere seg om filmdekningen i programmene. Hovedsakelig vil analysene være sentrert rundt noen utvalgte innslag, men innledningsvis er det hensiktsmessig å gjøre en drøfting av den totale filmdekningen i de to utvalgsukene. I denne drøftingen vil faktorene *nasjonalitet* og *filmsjanger* være sentrale.

### 5.1 Samlet filmdekning i utvalgsperioden

Tabellen nedenfor gir en oversikt over samtlige innslag i de tre programmene som omhandler film i perioden som undersøkes.<sup>24</sup> Filmene er sortert alfabetisk etter filmtittel. Sjangerkategoriseringen er basert dels på ulike avisomtaler og -anmeldelser av filmene, og dels på egne vurderinger. I tillegg til produksjonsland har jeg også oppgitt filmens regissør.

---

<sup>24</sup> Jeg har utelukkende tatt hensyn til filmer som får en form for tilnærming fra redaksjonens side. For eksempel er det slik at *Stereo* hver torsdag kort presenterer samtlige filmer som har premiere den påfølgende dagen, men kun gir kritikk av et par av filmene. Jeg regner da kun med de filmene som gis kritikk.

**Tabell 5.1.1 Samlet filmdekning uke 46 og 47**

	<i>Stereo</i>	<i>Absolutt underholdning</i>	<i>Extra</i>
1.	<i>Auto Focus</i> , Paul Schrader, USA, drama /komedie	<i>Agent Cody Banks</i> , Harald Zwart, USA, action/barn	<i>Die Another Day</i> , Lee Tamahori, England, action
2.	<i>Frida</i> , Julie Taymor, USA, drama	<i>Alt om min far</i> (DVD-utg.), Even Benestad, Norge, dokumentar	<i>Guruen</i> , Daisy von Scherler Mayer, England, komedie
3.	<i>Full Frontal</i> , Steven Soderbergh, USA, drama/komedie	<i>Biggie and Tupac</i> , Nick Broomfield, England, dokumentar	<i>Harry Potter og mysteriekammeret</i> , Chris Columbus, USA, eventyr/barn
4.	<i>Harry Potter og mysteriekammeret</i> , Chris Columbus, USA, eventyr/barn	<i>Blodspor</i> , Clint Eastwood, USA, thriller	<i>Jackass – the movie</i> , Jeff Tremaine, USA, komedie (ikke-fiksjon)
5.	<i>La meg være ung</i> , B. Kristoffersen, Norge, dokumentar (under prod.)	<i>Die Another Day</i> (2 innslag), Lee Tamahori, England, action	<i>Minority Report</i> , Steven Spielberg, USA, thriller/science fiction
6.	<i>Punch Drunk Love</i> , P.T. Anderson, USA, drama/komedie	<i>Diktatoren</i> , Charlie Chaplin, USA, komedie (klassiker)	<i>Pinocchio</i> , Roberto Benigni, Italia, eventyr/barn
7.	<i>Rabbit Proof Fence</i> , Phillip Noyce, Australia, drama	<i>Frida</i> , Julie Taymor, USA, drama	<i>8 Mile</i> , Curtis Hanson, USA, drama
8.	<i>Sex og Lucia</i> , Julio Medem, Spania, drama	<i>Gangs of New York</i> , M. Scorsese, USA, historisk drama	
9.		<i>Harry Potter og ...</i> (4 innslag), Chris Columbus, USA, eventyr/barn	
10.		<i>Ildens herskere</i> , Rob Bowman, USA, eventyr/science fiction	
11.		<i>Jackass – the movie</i> , Jeff Tremaine, USA, komedie (ikke-fiksjon)	
12.		<i>Punch Drunk Love</i> , P.T. Anderson, USA, drama/komedie	
13.		<i>Ringenes Herre – to tårn</i> , P. Jackson, USA/New Zealand, drama/eventyr	
14.		<i>Solaris</i> , Steven Soderbergh, USA, science fiction	
15.		<i>Spun</i> , Jonas Åkerlund, USA, drama	
16.		<i>Ubeseiret</i> , Walter Hill, USA, action	
17.		<i>8 Mile</i> , Curtis Hanson, USA, drama	

Tabellen viser at *Stereo* dekker 8 ulike filmer i perioden, *Absolutt underholdning* 17 og *Extra* 7. TV 2-programmet dekker dermed flest *ulike* filmer sammenlignet med *Stereo* og *Extra*. I *Absolutt underholdning* finnes to innslag om *Die Another Day* og fire om *Harry Potter og mysteriekammeret*, slik at programmet totalt har 21 innslag om film. Mens *Stereo* og *Extra* i gjennomsnitt dekker én film per sending, har *Absolutt underholdning* således litt i overkant av to innslag om film per dag. Tabellen presenterer et bilde som er i tråd med funnene for programsammensetningen i kapittel 4 – *Absolutt underholdning* skiller seg fra de andre programmene med et *høyt antall* innslag.

### 5.1.1 Hierarkiske strukturer innenfor filmen som kulturform

I tillegg til de hierarkiske strukturer som finnes mellom kulturformene, har jeg vært inne på at det eksisterer lignende strukturer *innenfor* de enkelte kulturformene. Kritikere skiller mellom filmer som kunst og filmer som gir ren underholdning til seerne. Naturligvis spiller personlig smak en viktig rolle her, slik at det ofte er stor uenighet om rangeringen av en film. Samtidig må det eksistere et sett av regler som gjør at både kritikere og folk flest vil rangere *Star Wars*-filmene høyere enn *Terminator*-filmene, som ett eksempel av utallige. Hva er det som gjør at én film regnes som kunst og en annen som ren underholdning? Anne Gjelsvik trekker fram de krav filmene stiller til publikum:

En film som har rom for meddiktning og fordrer noe av tilskueren, er bedre enn en film med enkelt plot og kjente virkemidler. [...] Det umiddelbart tilgjengelige rangeres lavere, mainstreamfilmens verdi er mindre fordi den ikke yter motstand og ikke utfordrer tilskueren (Gjelsvik 2002: 100).

Kvalitet er altså i en forstand knyttet til hvorvidt filmene krever en form for aktiv deltakelse fra seerens side.

Todelingen mellom film som kunst og underholdning er i realiteten en forenkling av hvordan film klassifiseres av kritikere – på bakgrunn av en rekke faktorer knyttet til den enkelte film, vurderes og plasseres filmer i forhold til hverandre. Kunst og underholdning kan sies å være to punkter på en tenkt skala, framfor to definerte kategorier. En tilleggsfaktor som gjør systemet enda mer komplisert, er at filmer ikke bare rangeres på bakgrunn av deres kvalitet og dermed som ”høye” eller ”lave”. En film kan også være ”bred” eller ”smal” i sin appell, og en høy film er ikke nødvendigvis en ”smal” film. Smal kultur står i opposisjon til den brede, folkelige kulturen og betegner kulturuttrykk som av kritikerne regnes som mer særegne og vanskelig tilgjengelige.

Faktorer som kan brukes for å vurdere filmer som høye eller lave og brede eller smale, er *regissøren og andre produksjonsmedarbeideres arbeid, skuespillere og skuespillerprestasjoner, filmsjanger, handling, produksjonsland og budsjett*. Listen er ikke uttømmende, og det er naturligvis ikke slik at disse faktorene utgjør konstanter. For eksempel vil ikke alle filmer laget av en anerkjent regissør regnes som smale eller kvalitetsmessig gode, men kjente navn kan likevel bidra som kvalitetsstempler til filmen. Men for å gjøre en helhetsvurdering av en film, vil alle disse faktorene være relevante. Det ligger imidlertid utenfor denne undersøkelsens mandat å foreta slike helhetsvurderinger av hver enkelt film som dekkes i programmene. Samtidig er det interessant å lete etter mønstre i programmenes

filmdekning – ligger fokuset på høy eller lav film, bred eller smal? Jeg har derfor valgt å se nærmere på to av kriteriene; produksjonsland og filmsjanger.

### *Amerikansk film versus film fra andre verdensdeler*

Hvorfor har amerikansk film gjerne bredere appell enn film fra andre nasjoner? Den klassiske Hollywood-filmen fikk sitt gjennombrudd rundt 1915, og USA bygget seg gradvis opp en posisjon som verdens ledende nasjon innen filmproduksjon. Hollywood-filmen er filmens *mainstream*, eller det vanligste representasjonssystemet. Klassisk Hollywood-film produseres etter et sett med regler som blant annet skal sikre at *handlingsplanet* dominerer over *fortelleplanet* (Braaten et.al. [1994] 1999: 90-92, forfatternes uthevinger). For eksempel er det viktig at bildene redigeres sammen på en mest mulig ”usynlig” måte, det skal være en flyt i klippingen. Publikum skal fokusere på handlingen og ikke de filmatiske virkemidlene.

I opposisjon til denne filmtradisjonen utviklet det seg ulike alternative eller eksperimentelle retninger. I europeisk sammenheng er det vanlig å trekke fram de tyske ekspresjonistiske filmene fra 1920-tallet, de italienske neo-realistiske filmene fra 1940-tallet og det tidlige 1950-tallet, og den såkalte franske bølgefilmen som oppsto i 1959. I den sistnevnte retningen tok regissører som François Truffaut, Alain Resnais og Jean-Luc Godard avstand til Hollywood-filmen for eksempel ved å eksperimentere med redigeringen. Noen filmer bar preg av en såkalt bruddestetikk der klippingen ble synliggjort gjennom ”jump cuts”. Disse filmene blir ofte regnet som mer intellektuelt krevende enn filmer som følger Hollywoods ”regler”. Estetikken medfører at oppmerksomheten trekkes til filmmediet i seg selv på bekostning av historien, noe som kan virke forstyrrende for seeren.

Nasjonalitet har også en annen side – språket. Engelsk er et verdensspråk som snakkes over hele kloden. Dette kan være en årsak til at britiske og australske filmer, sammen med amerikanske, ofte appellerer bredt. På samme måte kan norske, svenske og danske filmer ha et fortrinn foran andre europeiske eller ikke-vestlige filmer språklig sett. Likeledes spiller kultur inn i bildet. Det er en vanlig oppfatning at norsk kultur i europeisk sammenheng ligger nærmere opp mot for eksempel svensk, tysk og fransk, enn latvisk eller tyrkisk. På verdensbasis regner vi vår kultur som mer lik amerikansk, enn asiatisk, afrikansk og sør-amerikansk kultur. Blant annet er våre måter å fortelle historier på, påvirket av hvilken kultur

vi er vokst opp i. Dermed er det flere årsaker til produksjonslandet virker bestemmende for hvorvidt vi regner en film som ”bred” eller ”smal”.

### *Filmsjanger*

Også sjanger er bestemmende for hvorvidt en film regnes som bred eller smal, samtidig som sjangeren også regnes som et kriterium for kvalitet. Lars Thomas Braaten et.al. skriver om sjangerfilmen:

Genrefilmen, med sine noenlunde stabile tematiske og formelle mønstre og stereotype rollefigurer i faste omgivelser, passet godt til masseproduksjon av mer eller mindre standardiserte produkter. [...] Genresystemet er [...] et uttrykk for en publikumsorientering, idet de ulike genrene skulle appellere til forskjellige publikumsgruppers interesser og underholdningsbehov. I prinsippet søkte man å nå så store publikumsgrupper som mulig, også på tvers av landegrensene ([1994] 1999: 102)

Filmsjangerne ble altså utviklet spesielt med tanke på appellen til definerte, men samtidig store, publikumsgrupper. Sjangerfilmens kjennetegn er fastsatte standarder når det gjelder tematikk, form og karakterer, og gir dermed mindre rom for originalitet. I kapittel 4 var jeg inne på at *originalitet* er en kvalitetsverdi i opposisjon til den industrilignende organiseringen som er knyttet til populærkulturen. Vi kan eksempelvis trekke fram dogme95-reglene, som har vært utgangspunktet for en rekke nyere, kvalitetsstemplede filmer. I disse reglene er det spesifisert at sjangerfilm ikke er tillatt. ”Drama” regnes her som en mindre definert sjanger enn for eksempel ”thriller”, ”actionfilm” eller ”romantisk komedie”, og derfor er kun dramasjangeren tillatt i disse filmene. I dramaet er det større rom for originalitet både når det gjelder tematikk, form og karakterer.

Med sitt fokus på opplysning i større grad enn underholdning, kan dokumentarfilmen også regnes som en type film med smalere appell enn den fiksjonelle sjangerfilmen.

### *Programmenes filmdekning – produksjonsland og sjanger*

Jeg har inndelt produksjonslandene i fire kategorier; 1) amerikansk/britisk/australsk, 2) norsk/skandinavisk, 3) øvrige europeiske land og 4) øvrige verdensdeler. På bakgrunn av disse kategoriene vil jeg diskutere hvor filmdekningen i programmene har sin tyngde geografisk sett. Videre vil jeg på bakgrunn av den totale filmdekningen i hvert enkelt program, diskutere forekomsten av ulike filmsjangere.

Av *Stereos* utvalg på åtte filmer, faller seks i den første kategorien. Videre har programmet én film i henholdsvis kategori 2 og 3. Filmdekningen er således i overveiende grad konsentrert

rundt engelskspråklig film, og norsk film vies i liten grad plass sammen med film fra resten av Europa. Ingen filmer fra øvrige verdensdeler dekkes. I dette henseende kan *Stereos* filmdekning sies å være konsentrert rundt filmprodukter med bred appell. Forekomsten av sjangerfilm er imidlertid lav. *Harry Potter og mysteriekammeret* er den eneste filmen jeg ikke har klassifisert som drama av fiksjonsfilmene. Tre av dramafilmene ligger riktig nok i grenseland mot komediesjangeren, og de grenser dermed opp mot sjangerfilm. Videre finner vi at dokumentarsjangeren dekkes gjennom ett innslag i programmet. Det kan synes som at *Stereo* hovedsakelig konsentrerer seg rundt filmer med bred appell i sin dekning, men at de fleste filmene befinner seg i et øvre sjikt i det filmkulturelle hierarkiet.

I *Absolutt underholdning* faller totalt 16 av 17 filmer i kategori 1, mens den siste filmen som dekkes er norsk. Programmet dekker ingen filmer fra øvrige europeiske land eller verdensdeler. Med en så omfattende filmdekning blir vektleggingen av den engelskspråklige filmen svært markant her. I dette henseende ligger tyngden på bred film. Åtte av filmene kan klassifiseres som sjangerfilm, syv som drama og to som dokumentarer. Av filmene jeg har plassert i dramasjangeren, grenser én film mot komedie og én mot eventyrsjangeren. De kan således til en viss grad regnes som sjangerfilmer. Komedien *Diktatoren* av Charlie Chaplin regner jeg ikke som en sjangerfilm på grunn dens status som klassiker. Vi finner altså en relativt jevn vektlegging av sjangerfilm og mer ambisiøs kvalitetsfilm.

Av de syv filmene som dekkes i *Extra*, er seks engelskspråklige. Den siste filmen er italiensk og faller i kategori 3. Programmet dekker således ingen filmer fra Norge/Skandinavia eller fra øvrige verdensdeler. En forklaring på dette er at programmet for en stor grad er basert på innkjøpt stoff. Seks filmer kan klassifiseres som sjangerfilm og én som drama. Vi finner således forekomst av smalere og mer ambisiøs film, men kun i begrenset grad. Hovedvekten ligger på film som potensielt sett har bred appell, og på mindre ambisiøs sjangerfilm.

Analysen viser dermed forekomst av ulike typer filmer i samtlige program, men vektleggingen er forskjellig programmene imellom. På den ene siden finner vi *Stereo*, som konsentrerer seg rundt kvalitetsfilm med bred appell. *Absolutt underholdning* befinner seg på midten på skalaen, ved at filmdekningen er balansert relativt likt mellom film fra det øvre og nedre sjiktet i hierarkiet, samtidig som filmene potensielt vil ha bred appell. På den andre siden finner vi *Extra*, som har en vekting mot bredere sjangerfilm. At verken *Stereo* eller

*Absolutt underholdning* ser ut til å prioritere norsk film, er i strid med NRK og TV 2s forpliktelser til å ”dekke mangfoldet i norsk kulturliv”. En interessant faktor å trekke fram i denne sammenhengen, er at 2003 skulle vise seg å bli et viktig år for norsk film med et rekordstort antall premierer. Aftenposten kaller 2003 ”Det store norske filmåret” (Aftenposten 06.01.03). I november 2002 skulle det dermed være mye å stoff å ta av på det norske filmmarkedet.

## 5.2 Filmdekning gjennom meldinger og innslag med likhetstrekk til meldinger

I *Absolutt underholdning* og *Extra* presenteres daglig enkelte saker som korte *meldinger*. Meldingen er interessant å undersøke fordi den i mye større grad enn for eksempel reportasjen representerer en type som er særegen for nyhetsprogrammet. Samtidig har den også et iboende trekk som er et av *magasin*motstandernes viktigste ankepunkt – den korte, komprimerte formen. I *Stereo* finner man ikke innslag av typen meldinger, og vi har sett at sakene gjennomsnittlig har lenger varighet i dette programmet enn i de to øvrige. Innebærer dette at stoffpresentasjon i komprimert form er fraværende i *Stereo*?

### 5.2.1 Meldingenes oppbygning

Én melding fra henholdsvis *Absolutt underholdning* og *Extra* kan illustrere hvordan disse innslagene er bygget opp:

CB/VO CB: I helgen gikk filmen *8 Mile* med Eminem i hovedrollen, rett til topps på amerikanske kinoer. Eminem topper også hitlistene med musikk fra filmen. *8 Mile* er Eminems første filmrolle, og historien er hentet fra miljøet han vokste opp i. Rekordstarten til tross, det er vel en viss fare for at m...en bebrillet guttunge tar over førsteplassen når *Harry Potter* har premiere neste helg. *8 Mile* kan du se på norske lerreter fra 24. januar (*Absolutt underholdning*, 11.11.02, 28 sekunder).

Her ser vi først Connie Barr i studio, med bilder fra filmen på to monitorer i bakgrunnen.

Deretter vises bilder fra filmen i full skjerm, mens Barrs stemme høres i voice over.

VO HF: MTVs serie *Jackass* er blitt film og gjør stor suksess på amerikanske kinoer. Og den har til og med slått Oscar-nominerte<sup>25</sup> filmer som *Frida* og *The Truth About Charlie* med antall kinobesøkere. Hvis du ikke vet hva *Jackass* handler om, så handler det helt enkelt om en gjeng gale typer som prøver å slå seg mest mulig gjennom å utsette seg for livsfarlige ting. Og den som slår seg mest, er den beste. Serien har fått mye omtale, og det var i sin tid store diskusjoner om hvorvidt stuntene kunne sendes på tv. Filmen kommer til å ha europapremiere i januar neste år (*Extra*, 13.11.02, 35 sekunder).

---

<sup>25</sup> Fjellvang gir her ukorrekte opplysninger, ettersom Oscar-nominasjonene for 2003 ikke skal offentliggjøres før 11. februar 2003, altså omtrent tre måneder etter denne *Extra*-sendingen. Det skulle imidlertid vise seg at filmen *Frida* ble nominert i flere kategorier i 2003 og mottok to priser. Når det gjelder *The Truth about Charlie*, har jeg foretatt søk i avisartikler fra perioden for å finne ut om filmen ble nominert. Søkene har ikke gitt resultater.

Dette innslaget er i sin helhet illustrert med bilder fra filmen, mens vi hører Hanne Fjellvangs stemme i voice over.

De to meldingene er bygget opp etter omtrent de samme prinsippene, bilder fra filmen får tale for seg mens programlederen verbalt presenterer saken enten henvendt til kamera eller i voice over. Begge innslagene varer omtrent et halvt minutt. Den korte, informative og formelle tonen som generelt preger innslagene, gjør at de ligner tradisjonelle nyhetssaker.

Saksinnholdet i de to meldingene kan videre sies å ha en relativt lik oppbygning.

Innledningen forteller om suksessen filmene har i USA, noe som vitner om at stoffet er innkjøpt fra utlandet. Deretter følger en kort presentasjon av filmenes motiv eller handling.

Videre settes nyhetssaken inn i en slags kontekst. I *Absolutt underholdning* fokuseres det på hvorvidt *Harry Potter og mysteriekammeret* vil overgå suksessen til *8 Mile*. *Extra* gir et lite innblikk i kontroversen som har omgitt tv-versjonen av *Jackass*. I avslutningen av meldingene gis opplysninger om tidspunkt for filmpremieren i norsk eller europeisk sammenheng.

I denne typen innslag kan det ikke sies å forekomme analytiske, kritiske og fordypende perspektiver. Informasjonen er knapp, og kulturproduktet som aktualitet kommer i forgrunnen. Hvis vi ser meldingen i *Absolutt underholdning* i lys av intervjuet med Ronnie Baraldsnes, representerer innslaget et eksempel på *tempoet* som Baraldsnes vektla. Samtidig kan sakene sies å ha en nyttig funksjon, i og med at seerne får innblikk i kommende kulturelle begivenheter på en informativ måte.

### **5.2.2 Komprimert presentasjonsform i andre typer innslag**

Er sammenhengen mellom lengden på innslaget og graden av fordypning i journalistikken nødvendigvis proporsjonal? Det følgende eksempelet er hentet fra *Stereo* (13.11.02) og handler om Oslo Internasjonale Filmfestival (OIF). Innslaget er presentert som en reportasje og varer i omtrent 3 minutter og 20 sekunder, slik at saken har betraktelig mye lenger varighet enn meldingene jeg analyserte over. Reportasjen består imidlertid av flere deler eller segmenter med ulikt innhold og fokus. Hvert segment har isolert sett omtrent det samme omfanget som en melding, og det er derfor interessant å undersøke disse segmentene hver for seg.



Reportasjen, som er laget av Svanhild Sveinsdottir Grov, tar utgangspunkt i et intervju med festivalsjefen Tommy Lørdahl. Første del av reportasjen handler om hans rolle:

VO SSG: Her vert Oslo Internasjonale Filmfestival til, på et ikkje altfor ryddig kontor midt i byen. Her er mannen som utan ei krone i løn, lagar festival for tolvte året på rad.

SSG OFF: Du har liksom din egen filmfestival, du, der du får lov til å visa folk filmar som du likar. Korleis er det?

TL: Ja, altså, man gjør jo det i mer eller mindre grad andre steder også. Programsjefer, festivalsjefer i andre festivaler har jo den jobben fordi de sitter med noen kunnskaper om det de holder på med og er i stand til å bringe...bringe de tingene som en slags kurator. Fi...lete etter det beste, finne det beste...mulig, og gi det tilbudet til publikum.

Innfallsvinkelen er i utgangspunktet opplysende, ved at den gir seeren et innblikk i hvordan en festivalsjef jobber. Men segmentet avsluttes etter dette ene spørsmålet, og informasjonsmengden er såpass begrenset at det kun dreier seg om et *lite* innblikk.

I de etterfølgende segmentene finner vi en presentasjonsform som kan sies å ligne den vi så i meldingene ovenfor. Her presenterer festivalsjefen og reporteren i samarbeid tre ulike filmer som vises på festivalen, mens bilder fra den aktuelle filmen vises:

#### Punch Drunk Love

VO SSG: Hugsar du *Boogie Nights*? Mannen bak er klar med ny film som visas på festivalen. Denne gongen med Adam Sandler i ei litt anna rolle enn me er vande med.

VO TL: Nå har han lagd en passe skrudd romantisk komedie, med Adam Sandler i hovedrollen. Ikke så speeda som han bruker å være i sine roller, men fungerer faktisk og gjør sin beste rolle noensinne der. Og med andre skuespillere der så lager de en virkelig fantasifull romantisk komedie.

#### Frida

VO SSG: Filmen om den meksikanske kunstnaren Frida Kahlo med Salma Hayek i hovedrolla, har Lørdahl også sikra seg til festivalen.

TL: Det er en fascinerende latinsk film, mexikansk historie, spennende, fargerike personligheter på alle måter.

#### Auto Focus

VO SSG: Paul Schrader sin siste film, *Auto Focus*, har også fanga interessa til festivalsjefen.

VO TL: Her og handler det da om en super...eller veldig populær tv-stjerne som blir presset inn i et nytt yrke...som produserer pornografiske filmer...spiller i pornografiske filmer. Og kommer totalt inn i den industrien, og det går veldig galt til slutt.

Som seere får vi i hvert segment et kort innblikk i filmens handling og tematikk, samt informasjon om enten regissøren eller en av skuespillerne. Totalt sett er informasjonsmengden for hver film knappere enn i meldingene. Festivalen er omfattende; til sammen vises 62 filmer i løpet av en og en halv uke. Å dekke samtlige av disse er naturligvis en ganske umulig jobb og antakeligvis heller ikke spesielt interessant. Men forsøket på å dekke et (lite) utvalg av bredden i festivalen og samtidig gi et innblikk i festivalsjefens rolle på knapt tre og et halvt minutt, gir seg utslag i en journalistisk tilnærmingssmåte som har lite rom for analytiske,

kritiske og fordypende perspektiver. Reportasjen viser hvordan det fragmenterte preget som magasinet ofte kritiseres for, også kan gjøre seg gjeldende innenfor ett enkelt innslag.

### 5.3 Filmkritikkene

En viktig sjanger innenfor kulturjournalistikken er *kritikker* eller *anmeldelser*. Både *Stereo* og *Absolutt underholdning* har torsdag som fast ”filmdag”, der anmeldelser av fredagens premierer er sentrale innslag. Cecilie Wright Lund har undersøkt ulike typer kritikker i norske aviser, og skriver at tidspress, plassbegrensninger og beskjedne honorarer bidrar til at kritikkene ofte bærer preg av hastverksarbeid (2000: 62). I forhold til filmkritikk spesielt, skriver Lund at dette er ”et felt der kritikerne ofte går lite inn på filmens kunstneriske grep, men skriver kort og forbrukerveiledende” (2000: 51). Fordi nyhetsprogram og magasinprogram skal romme mange ulike typer innslag, er særlig dette med *plassbegrensning* en relevant faktor i undersøkelsen av filmkritikkene i programmene som undersøkes.

Anne Gjelsvik presenterer sine studier av norsk filmkritikk i boka *Mørkets øyne*. Også denne studien er fokusert rundt pressens filmdekning. Gjelsvik skriver at det ikke finnes *ett* svar på hvordan en filmkritikk bør være, men nevner at følgende komponenter er vanlige: et handlingsreferat, noe bakgrunnsinformasjon og en vurderende dom, underbygd av argumentasjon (2002: 60). Filmanmeldere har ifølge Gjelsvik en tendens til å ignorere innsatsen til de aller fleste som deltar i en filmproduksjon, for eksempel manusforfattere, fotografer og musikere, og trekker kun fram skuespillerne og regissøren (2002: 66). Dessuten ignoreres filmatiske og formmessige virkemidler:

Det er historien som blir vurdert, ikke framstillingen. Jeg vil hevde at kritikerne er for lite opptatt av det filmatiske uttrykket, filmmediets spesielle kvaliteter og muligheter. Ikke minst ansees det formmessige i liten grad å være meningsbærende, fordi kritikerne synes å opprettholde et tradisjonelt skille mellom filmens form og innhold, og fordi det er innholdssiden som både vurderes og drøftes (2002: 93).

Vektleggingen av innholdssiden kan være et resultat av plassbegrensninger og tidspress, slik Lund var inne på. Men i Gjelsviks øyne fører en slik ensidig vektlegging til at kritikkene ikke makter å gi et fullstendig bilde av filmene som anmeldes. Et annet element Gjelsvik savner i de fleste filmkritikker, er *tolkning*. Tolkningen bør ha en plass, fordi en slik tilnærming kan åpne for ulike perspektiver på filmene og gi et større mangfold i filmkritikken (2002: 84-87).

Gjelsvik har i sine studier observert at filmer som rangeres ulikt gis ulik journalistisk tilnærming. Hun skriver at man hos anmelderne fortsatt kan se et uheldig skille mellom kunst

og underholdning, som manifesterer seg gjennom ulike sett med kriterier for vurdering av film. De filmene som kritikerne anser som populærkulturelle (ikke kunst), som Hollywood-film, sjangerfilm og annen underholdningsfilm, fortolkes ikke (2002: 93).

Hvilke elementer rommer filmkritikkene i *Stereo* og *Absolutt underholdning*? Kan kritikkene sies å presentere analytiske, kritiske og fordypende perspektiv på filmene? Og videre – ser man tegn til det skillet i tilnæringsmåte mellom ”kunst” og ”underholdning” som Gjelsvik beskriver? Kriteriene for dette skillet mellom filmene vil her være *sjanger* og *produksjonsland*, i henhold til drøftingen i avsnitt 5.1.1. Jeg vil først undersøke kritikkens generelle oppbygging i begge programmer, gjennom anmeldelsene av filmen *Harry Potter og mysteriekammeret*. Deretter vil jeg med utgangspunkt i disse kritikkene og analyser av to andre kritikker, diskutere om det finnes ulike tilnærminger til ulike typer film.

### 5.3.1 *Harry Potter og mysteriekammeret*

*Harry Potter og mysteriekammeret* har premiere fredag 22. november 2002 og anmeldes i begge programmer dagen i forveien. Innslaget i *Stereo* varer omtrent 3 minutter og 30 sekunder, mens *Absolutt underholdning* bruker cirka 2 minutter og 45 sekunder<sup>26</sup> på sin sak.

*Harry Potter og mysteriekammeret* kan karakteriseres som en eventyrfilm for barn, men med stor appell også blant voksne. Den er nummer to i rekken av filmer om foreldreløse Harry, som går på skole for å bli trollmann. Filmene er adaptasjoner av bøkene ved samme navn, skrevet av den kvinnelige forfatteren J.K. Rowling. Både bøkene og den første filmen har hatt enorm suksess både i Norge og på verdensbasis. De fire første bøkene var sommeren 2003 solgt i 200 millioner eksemplarer på 55 språk (Dagsavisen 22.06.03), mens 860 000 så den første filmen, *Harry Potter og de vises stein*, på kino i Norge i 2001 (Aftenposten 26.11.02).

Suksessen til bøkene og den første filmen vil med nødvendighet virke inn på hvordan anmelderne forholder seg til denne oppfølgeren. Som anmelder må man kunne anta at store deler av befolkningen, både barn og voksne, kjenner til karakteren Harry og har en eller annen form for forventning til filmen som skal ha premiere. For ikke å kjede det store flertall av seerne, vil de antakelig unnlate å gi for detaljerte redegjørelser for bakgrunnen, eller i det minste presentere slike redegjørelser på en mer subtil eller tildekket måte. Filmens status som

---

<sup>26</sup> *Absolutt underholdning* dekker også filmen gjennom en forhåndsomtale (byråstoff) og en reportasje fra filmens førpremiere i Oslo.

barnefilm er også en sentral faktor. De fleste filmer som dekkes i programmene, henvender seg til et mer voksent publikum. Antakelig finner man en annen henvendelsesform i en kritikk av en barnefilm, fordi kritikeren også må kunne kommunisere med potensielle yngre seere enn hun vanligvis retter seg mot. Jeg har likevel plukket ut denne filmen som utgangspunkt, fordi ingen andre filmer dekkes av begge programmer. Dette gir et interessant sammenligningsgrunnlag mellom programmene.

I begge programmer forløper kritikkene som et intervju mellom programleder og kritiker.

Guttorm Andreassen og Anne Hoff introduserer anmeldelsen i *Stereo* slik:

GA: Du, vi skal over til en virkelig stor, stor helt for veldig mange fra fem til femognitti. Harry Potter er tilbake.

AH: Og han er tilbake så det suser. Det er bok nummer to som er filmatisert.

GA: Ja. Vi skal se et lite klipp, hvor går vi inn?

AH: Vi går inn ganske tidlig i filmen. Harry og Ron er på vei til et nytt skoleår på Galtvort, og de tar himmelveien, for å si det sånn.

GA: Da kikker vi.

Filmklippet viser hvordan Harry og kameraten, sittende i en flyvende Ford Anglia, er nær ved å kollidere med det toget som opprinnelig skulle bringe dem til skolen. I unnamanøvringen faller Harry ut av bilen og blir hengende i luften mens han desperat klamrer seg til bildøra. Det meste av introduksjonen fungerer således som et *referat*, bestående av en kort verbal presentasjon og et filmklipp. Referatet gir et lite *utdrag* av filmens handling framfor en *oppsummering* av handlingen.

Stål Talsnes og Brita Møystad Engseth i *Absolutt underholdning* introduserer sin anmeldelse på følgende måte:

ST: Velkommen skal du være, Brita. Vi skal snakke om film igjen, og ikke hvilken som helst film heller. I morgen er det endelig premiere på Harry Potter nummer to, den heter *Harry Potter og mysteriekammeret*. Men uansett hva du og andre filmkritikere måtte si her (ler) så kommer vel folk til å gå og se denne filmen uansett.

BME: Å, ja. Dette er en av de to filmene man skal se før jul. Det er denne, og så er det *To Tårn*, selvfølgelig. Men nå først da: Harry Potter.

ST: Ja. Og vi må selvfølgelig se et klipp fra filmen. Vi går inn når fosterfamilien Dumling har låst Harry inne på rommet og satt gitter for vinduene. Men Harrys bestekamerat Ronny Wittersen og brødrene hans kommer til unnsetning i en forhekset Ford Anglia.

Klippet i *Absolutt underholdning* presenterer også en dramatisk situasjon. Vennene kommer hjem til Harrys hus midt på natten for å hente ham i den flyvende bilen. Fosterfaren gjør sitt beste for å hindre Harry fra å reise, men Harry kommer seg unna. Referatet er bygget opp

etter samme mønster som i *Stereo*, ved at en kort verbal presentasjon og et filmklipp presenterer et lite utdrag av handlingen i filmen. Vi ser at introduksjonen i *Absolutt underholdning* er litt mer fyldig i omfang enn *Stereos* introduksjon, men innholdsmessig er de likevel svært like. Av bakgrunnsinformasjon får vi vite at det dreier seg om ”bok nummer to som er filmatisert” og ”Harry Potter nummer to”, og at det dreier seg om en stor film som ”alle” skal se.

For å illustrere omfanget av kritikkene, er det hensiktsmessig å presentere dem mest mulig i sin helhet. *Stereos* kritikk fortsetter slik etter filmklippet:

GA: Jeg må jo si da...det...i hvert fall er det sånn hjemme hos oss. Det er ikke ofte...liksom at...alle fra tiårningen til...til far gleder seg like mye til...til en film. Er det...er det...er det bra Anne?

AH: Tiårningen blir i hvert fall ikke skuffet, fordi det her er jo bø...eller filmer som er laget veldig *for* bokleserne. Chris Columbus, som har laget filmene, han tar veldig utgangspunkt i bøkene. Han presenterer deg for alt det du har lest om, og alle ser omtrent ut sånn som du innbiller deg at de ser ut når du leser bøkene. Det er veldig mye mer action, som vi så...fantastiske spesialeffekter i den filmen her. Den første var kanskje litt...li...om ikke stillestående, så i hvert fall...

GA: Ja, for der trengte man litt tid på å introdusere alle figurene og Galtvort og at det finnes en sånn trollmannverden. Nå er det bare...mer pang rett på?

AH: Ja...ja...ja...ja...så det ble litt mindre...ja, nå går det veldig rett på. Det var sånn...jeg så den sammen med en tiaring selv, og hun sa bare at...denne var en kjempespennende film, men det spennende begynte så fort.

GA: (ler)

AH: Da tenkte jeg...det er en utrolig klok måte å si det på. Fordi at her har du på en måte actionutgaven av Harry Potter, da. Så det jeg da nesten savner, det er jo litt mer glimt fra dagliglivet på Galtvort. For det er jo dette fantastiske universet som ungene og vi voksne lesere også gjerne vil være i så lenge som mulig. Men...men veldig mye morsomt her, ikke minst på effektsiden. Kenneth Branagh er jo fabelaktig som denne utrolig sleske nye læreren, og vi har også en veldig god dataanimert...lille hus...hus...nissen.

Etter referatet med bildeklippet beveger de seg altså over på selve anmeldelsen. I denne første halvdelen av anmeldelsen i *Stereo*, får vi av bakgrunnsinformasjon vite at regissøren heter Chris Columbus. Videre forteller Anne Hoff at hans adaptasjoner av Harry Potter-bøkene er svært tro mot opphavet. Deretter starter det som kan kalles vurderingen av filmen, hvor vi også indirekte får vite at Kenneth Branagh har en av rollene i filmen. Hoff trekker fram flere elementer hun anser som positive, som ”action”, ”kjempespennende film” ”fantastiske spesialeffekter” og ”mye morsomt”, samt Branaghs skuespillerprestasjoner og en dataanimert nisse. Samtidig uttrykker hun et savn etter mer rolige episoder som viser det ”fantastiske universet” på Galtvort.

Den muntlige intervjuformen skaper et springende språk, og det hele blir noe kaospreget. Som seer får man ikke presentert noen egentlig dom over filmen, men heller en beskrivelse av dens fordeler og mangler. Den siste delen av anmeldelsen i *Stereo* forløper seg slik:

GA: Men du...denne her mysteriekammeret, da, det er utrolig skummelt, og det er nå disse dødseterne ordentlig kommer inn også, er det ikke det?

AH: Jo, det er masse...det er svære edderkopper, det er en slange...en basilisk. Så det er...altså, jeg vil si små barn må være forberedt på at det her er ganske kraftige saker. Og særlig fordi...som sagt, det er ikke så mye hvilepunkter i mellom. Det er veldig mye gjennomgående drivende action her og ikke så veldig mye sånne små rolige episoder, da.

GA: Hva tror du skjer nå, som skuespillerne vokser fortere enn de klarer å lage film, og til og med så er Humlesnurr død?

AH: Ja, da...de må jo på en måte følge opp litt til. Det skal...jeg...vi skal jo følge disse ungene etter hvert som de blir litt eldre. Og nå kommer jo Harry og co i puberteten, og da kommer det også en ny regissør som kan lage litt sånn...sensuelle pubertetsskildringer. Det siste han gjorde var *Og mora di også*, den meksikanske filmen. Han skal jo nå overta Harry Potter-universet, og jeg tror kanskje det kan trengs en mer...litt mer...litt mer magi, litt mer mellommenneskelige relasjoner, litt mer humor, varme.

GA: Det blir spennende altså. Mye action, men spennende å se på. Vi snakkes igjen neste torsdag, takk skal du ha, Anne.

Igjen repeteres det som må sies å være essensen i Hoff's karakteristikkk av filmen – at actionpreget i stor grad dominerer over de rolige episodene i filmen. Deretter settes filmen inn i et større perspektiv, ved at Andreasen og Hoff berører noen utfordringer for den videre utviklingen av filmserien. Det dreier seg for det første om at de unge skuespillerne vokser fra rollene sine. Videre får vi opplyst at "Humlesnurr" er død, som i realiteten betyr at skuespilleren til denne karakteren, Richard Harris, er død. Hoff avslutter med å forteller litt om regissøren som skal stå bak neste film, men også uten å nevne hans navn (Alfonso Cuarón). Avslutningen bidrar således med ytterligere bakgrunnsinformasjon, men informasjonen må sies å være mangelfull. Helt til slutt uttrykker Hoff et håp om at den nye regissøren kan tilføre de neste filmene mer av det hun tilsynelatende savnet i *Harry Potter og mysteriekammeret*; magi, mellommenneskelige relasjoner, humor og varme. Fortolkende elementer synes i liten grad å være tilstedeværende i denne kritikken.

I *Absolutt underholdning* er den andre delen av kritikken betraktelig kortere enn i *Stereo*.

Intervjuet forløper seg i sin helhet slik:

ST: Ja, nå er det din tur, Brita. Oppgjørets time. Hva synes du om *Harry Potter og mysteriekammeret*?

BME: Å ja, hva synes jeg? Jeg tror at...helt klart, hvis jeg hadde vært syv, åtte, ni, ti, så hadde jeg vært helt vill. Det var sånne filmer jeg ønsket meg da jeg var liten. Den minner meg om bøker jeg leste da jeg var liten. Den er litt sånn *Fem i fare*, har jeg funnet ut. Bortsett fra at dette her er da selvfølgelig magi og fantastiske effekter og alle sånne ting, og effektene imponerte meg veldig. For disse menneskene har jo hatt mindre penger å rutte med

enn det Peter Jackson har hatt med...med *Ringenes Herre* og *To Tårn*. Så det de har fått til er veldig imponerende. Jeg...i noen få sekunder så var jeg jo nesten sikker på at den der femogtyve meter lange slangen var virkelig (ler). Men samtidig så varer den da i to timer og førti minutter, og det er veldig lenge (ler). Og man skal ha veldig mye på hjertet for at ting skal være interessant i to timer og førti minutter. Så jeg ble litt sånn...ikke dårlig, ikke superbra. Men av hensyn til alle barn, da, så får jeg vel strekke meg til en...en firer, rett og slett.

ST: Karakteren fire for *Harry Potter og mysteriekammeret*. Vel, den har fått både fem og tre før, så du legger deg midt på.

BME: Ja.

ST: Den som bare hadde vært åtte år, ikke sant (ler)?

BME: Ja, ikke sant. Helt klart, helt klart (ler).

Vi kan først ta for oss det som gis av bakgrunnsinformasjon i *Absolutt underholdning*.

Foruten tittel på filmen og regissør (Chris Columbus), som vises på tekstplakat under filmklippet, får vi i selve anmeldelsen vite hvor lenge filmen varer. Engseth berører også de økonomiske rammene for filmen. Om skuespillere og andre bidragsytere får vi ingen informasjon, men det kan til dels forklares med at filmen er en oppfølger.

I likhet med Anne Hoff, forsøker Engseth å se filmen fra barnas perspektiv framfor sitt eget. Engseths ”dom”, en tilsynelatende svak firer ut av seks mulige poeng, er underbygget av to argumenter. På den ene siden er hun imponert over magien og effektene i filmen, men på den andre siden mener hun at filmen varer for lenge. Fortolkende elementer synes i stor grad å være fraværende her. Språklig sett har Engseths anmeldelse mer preg av monolog enn intervju og framstår dermed som mer fortettet og tydelig.

Omfangsmessig er anmeldelsen i *Stereo* lengst, og både bakgrunnsinformasjonen og selve vurderingen er noe mer omfattende i *Stereo* enn i *Absolutt underholdning*. Men totalt sett er begge anmeldelser relativt sparsomme med informasjon. Sakene kan sies å ha mer karakter av omtale enn anmeldelse, hvis vi ser bort ifra innslagenes lengde og diskusjonene av action og spesialeffekter.

### **5.3.2 Blodspor og Sex og Lucia – ulike tilnærmingsmåter?**

Anne Gjelsvik skriver at anmelderne i fjernsynsprogram er mer avhengige av filmselskapene som kilde enn pressens kritikere: ”Her er man prisgitt distributøren for å få filmklipp å billedlegge anmeldelsene med [...]. Dette kan medføre at man velger å anmelde filmene som har et slikt apparat, og unngår å anmelde den smale filmen som ikke har tilrettelagte

filmklipp” (Gjelsvik 2002: 114). *Harry Potter og mysteriekammeret* er altså den eneste filmen begge programmer dekker gjennom kritikker i løpet av de to ukene. Mens Anne Hoff i *Stereo* for øvrig tar for seg *Full Frontal* (Steven Soderbergh), *Rabbit Proof Fence* (Phillip Noyce) og *Sex og Lucia* (Julio Medem), anmelder Brita Møystad Engseth *Blodspor* (Clint Eastwood), *Ildens herskere* (Rob Bowman) og *Ubeseiret* (Walter Hill) i *Absolutt underholdning*. I *Absolutt underholdning* er således kritikkene konsentrert rundt amerikansk sjangerfilm, mens *Stereo* tar for seg både smalere og bredere filmer i sine kritikker. Det ser dermed ikke ut til at problematikken med tilrettelagte klipp gjør seg gjeldende her.

Selv om skillet mellom kulturuttrykkene ifølge Bourdieu ([1965] 1990) ikke har sammenheng med *individuell* smak, er preferanser for høye eller lave uttrykksformer nært forbundet med hvilken gruppe man tilhører i samfunnet. Slike samfunnsgrupper kategoriseres etter forhold som utdanning, yrke, lønn, foreldrenes yrke og så videre, og er dermed nært knyttet til ulike former for makt disse gruppene besitter. Bourdieu skriver i sin studie *Distinksjonen* at ”[t]il det sosialt anerkjente hierarkiet av kunstarter – og innenfor hver av disse kunstartene igjen, hierarkier av sjangere, skoler og epoker – svarer et sosialt hierarki av forbrukere. Det er derfor smak kan være en spesielt god markør for ”klasse”” ([1979] 1995: 45). Til det tredelte hierarkiet for kulturelle uttrykk svarer det således et hierarki for smak; *legitim smak*, *middels smak* og *folkelig smak* ([1979] 1995: 59-60). Det handler om en maktkamp på den sosiale arena: ”Smak er en ervervet disposisjon for å kunne ”differensiere” og ”verdsette” som Kant sier, eller, om en vil; for å etablere eller markere forskjeller ved å kunne skjelne mellom gjenstander og verker, ved å distingvere [...]” ([1979] 1995: 217).

I denne sammenhengen har også pressen ifølge Cecilie Lund en viktig posisjon, når den påtar seg retten og makten ”til å forvalte offentlig anerkjennelse, til å definere hva og hvem som er viktige innenfor kulturfeltet” (2000: 75). Pressen utøver således det Bourdieu ([1994] 1996) kaller ”symbolsk makt”.

Filmvalget kan således signalisere en posisjonering fra kritikernes og programmenes side. Ved sitt fokus på bredere og mer folkelige filmer som tradisjonelt vil plasseres i de nedre sjikt innenfor filmens hierarki, signaliserer *Absolutt underholdning* hvilken posisjon programmet ønsker å innta. Dette skal være et program for folk flest, noe som kan reflektere den folkelige appellen som TV 2 som kanal generelt ønsker å stå for. Kritiker Brita Møystad Engseth har et



image som ”actionelsker”, og å bruke henne er også i tråd med denne folkeligheten. Engseth ufarliggjør kritikeren som autoritetsperson; hun er en kritiker for folket. Likeledes kan *Stereos* fokus på kvalitetsfilm og smalere film leses som et ønske fra redaksjonens side om å markere seg i en annen retning. De retter seg i større grad mot den mer spesielt interesserte kinogjenger, eller ”den intellektuelle eliten”.

Den følgende analysen er konsentrert rundt anmeldelsen i av filmen *Blodspor* i *Absolutt underholdning* (14.11.02) og filmen *Sex og Lucia* i *Stereo* (21.11.02). *Blodspor* er en amerikansk thriller, regissert av Clint Eastwood. Den spanske filmen *Sex og Lucia* er i sjangeren drama og er regissert av Julio Medem. Finnes det ulikheter mellom de to kritikernes tilnærminger til filmene som kan ha sammenheng med filmenes ulike plassering i det kulturelle hierarkiet? Og videre – kan vi se ulikheter i Anne Hoffs tilnærming til *Sex og Lucia* i forhold til anmeldelsen av *Harry Potter og mysteriekammeret*?

### *Humoristisk folkeopplysning*

Allerede i Connie Barrs innledende replikk i anmeldelsen av *Blodspor* (ca. 2 min., 45 sek.), legges grunnlaget for tonen i innslaget som helhet:

CB: Torsdag betyr, Brita, at du er her for å drive relevant folkeopplysning om helgens premierefilmer (ler).

Den humoristiske tonen, her med sleivspark til folkeopplysningsbegrepet, er gjennomgående i hele kritikken.

Videre følger noe bakgrunnsinformasjon om filmens regissør og en introduksjon til filmens handling, før vi får presentert et klipp fra filmen:

BME: (Ler). Ja, og en av dem er *Blodspor*, den siste til...til Clint Eastwood. Det er den tyvende filmen han har regissert seg selv i.

CB: Det er jo helt utrolig. Og han har blitt toogsøtti år.

BME: Det har han. Og så denne gangen har han da til og med lagt inn en liten hjerteoperasjon, eller hjertetransplantasjon, til og med. Så han er litt skral når han skal ut og jage skurker denne gangen.

CB: (Ler). Ja, han både regisserer og produserer, altså, og spiller selvsagt også hovedrollen som hjertesyk FBI-etterforsker som prøver å få kloa i en seriemorder.

*Kort utdrag fra filmen, ikke transkribert.*

Etter filmklippet følger den mer vurderende delen av anmeldelsen:

CB: Ja, det går nedover med gamle guder (ler).

BME: (Ler). Det gjør det.

CB: De må tåle kjeft fra legen sin og.

BME: Ja, han må det. Nå er...nå er han nok riktignok ikke så skral i virkeligheten. Men det er...det er...det er ikke så gøy å se Clint Eastwood være hjertetransplantert...operert, pensjonert FBI-agent.

CB: (Ler).

BME: Det...det legger på en måte en demper på hva han kan gjøre. Og han blir på en måte en slags...jeg vet ikke, jeg, en Miss Marple? (Ler). Veldig...det som mangler er liksom håndvesken der han tusler rundt og knirker med stemmen sin og forsøker å finne ut hvem det er som har...ja, gjort alt det fryktelige, da. Og universet er ikke så veldig stort. Det er liksom bare en håndfull mennesker å velge mellom. Så IQ-en din må ikke være veldig høy for at du skal skjønne hvem det er som liksom står bak all denne ondskaper, da.

Med et humoristisk, sleivete språk trekker Brita Møystad Engseth her fram flere sider ved filmen som hun opplever som negative. Framstillingen av Eastwoods karakter som hjertesyk, legger føringer for tempoet i filmen, som Engseth mener er for langsomt. I tillegg er plotet for enkelt.

CB: (Ler). Men altså, jeg har bare sett noen av de fi...filmklippene, og det...det ser jo ikke så veldig actionpreget ut, som du sier. Det er veldig mye preik?

BME: Ja, det er...altså noen mener at det er en av de sympatiske sidene av Clint Eastwood, at han lar rollefigurene få lov til å snakke og utvikle seg. Men de snakker og de snakker, og det utvikler seg og det utvikler seg, men det skjer jo ingenting (ler). Og da blir man...i en Clint Eastwood-film så har man lov til å bli utålmodig over slike ting, selv om han også begynner å bli gammel.

CB: Ok, så hvor havner vi da på den berømmelige skalaen?

BME: Ja, det er jo...det er jo ikke verre enn en Derrick-episode, liksom, <så ender jo> på en treer.

CB: (Ler). Ok. En treer til Clintern.

Møystad Engseth opplever altså snakkingen som et kjedelig, negativt trekk ved denne filmen og ved Eastwoods filmer generelt. Slik nedtoner hun de mer seriøse sidene, som også utgjør de deler hvor det kunne være interessant å diskutere filmens eventuelle underliggende tematiske sider. En analytisk tilnærming til filmen kan således i liten grad sies å være til stede. Vurderingen av filmen som ”ikke verre enn en Derrick-episode” og dermed som en ”treer”, er igjen et eksempel på den sleivete tilnærmingen.

Samtidig er vurderingen av filmen i dette tilfellet gjort på grunnlag av flere argumenter anmeldelsen igjennom, og seeren får innblikk i ulike sider ved Eastwood som regissør og skuespiller. Både i denne kritikken og i den foregående om *Harry Potter og mysteriekammeret*, ser vi også at kulturproduktet framstilles i større grad som et eget tema framfor som aktualitet. Her gis en mer gjennomgående drøfting av *verket*, framfor opplysninger om premieretidspunkt og filmens popularitet i USA, som var hovedpunktene i meldingene jeg analyserte. Kritikken gir således i større grad rom for *fordypende og kritiske*

perspektiver i programmet. *Analytiske* perspektiver ser imidlertid ut til å forekomme i mindre grad.

*”Alt som ikke er fra Hollywood er bra”*

I *Stereos* anmeldelse av *Harry Potter og mysteriekammeret*, så vi at tolkning i stor grad var et fraværende element. I åpningen av anmeldelsen av den spanske filmen *Sex og Lucia* (ca. 1 min., 35 sek.), går derimot Anne Hoff direkte inn på tolkningen av filmen:

*Kort utdrag fra filmen, ikke transkribert.*

GA: Kan vi begynne å prate litt om den siste filmen vi så her, *Sex og Lucia*. Er det som vanlig sånn dampende spansk lidenskap fra Julio Medem?

AH: Ja, vi så jo litt av dette her. Det er for alle de som føler at de nå trenger litt lys og varme i vintermørket, for å si det sånn. Spansk surrealisme og erotiske fantasier tror jeg kan være stikkordet for den filmen her. Både form og innhold.

Hoff snakker om sider ved filmens ”form og innhold”, og kan sies å innta en fortolkende tilnærming til filmen. Imidlertid forekommer tolkningene, som hun også selv sier eksplisitt, i stikkordsform.

Den neste delen av anmeldelsen gir en presentasjon av regissøren:

GA: Skal vi bare plassere Medem lite grann. For det er sikkert mange som har sett filmene hans, men han er ikke så kjent som Almodovar, for eksempel.

AH: Nei, han er liksom den andre spanske regissøren vi...vi tar bryet med å lære navnet på. Han har laget filmer som har titler som *Vacas*, *Det røde ekorn* tror jeg mange har sett, *Tierra*, *De elskende ved polarsirkelen* fikk et ganske stort publikum. Ofte litt sånne surrealistiske filmer med...med rare skjebnetråder som veves inn i hverandre, vakre bilder, vakre mennesker. Her også er det da, som vi ser, veldig mye erotikk, men også en sånn merkelig, gåtefull måte å fortelle historier på.

GA: Ja, for han er utdannet psykiater. Det kan vi jo se på filmene hans, kan vi ikke det?

Bakgrunnsinformasjonen kan her sies å være relativt fyldig, ved at Medem settes inn i en større sammenheng. Vi får kjennskap til andre filmer regissøren har laget og tematiske sider ved disse, samt hans bakgrunn.

I siste del av innslaget vender Hoff tilbake til den fortolkende tilnærmingen, med henvisninger både til *Sex og Lucia* og til Medems filmer generelt:

AH: Jo det er litt...og veldig sansen for drømmesymbolikk og en slags sånn drømmeaktig fortellerstil. Hvor du ikke helt...hvor fortid og nåtid, drøm og virkelighet, fiksjon, virkelighet...alt dette veves i hverandre på veldig, veldig...vi har sansen for riktig filmgater, vakre mennesker, masse erotiske krumspring, så har du filmen her.

GA: I fine farger.

AH: I vakre, fine farger, ja.

GA: Jeg lever jo etter prinsippet om at alt som ikke kommer fra Hollywood, det bør man gå og se uansett på kino, da. Ikke nødvendigvis fordi alt fra Hollywood er dårlig (ler).

AH: Nei (ler).

GA: Men du vet at det andre, det er som regel bra.

Kanskje det mest interessante med denne anmeldelsen, er at Hoff aldri eksplisitt sier at filmen er verken god eller dårlig, selv om vi som tilskuere ikke er i tvil om at filmen falt i smak hos anmelderen. Tolkningen synes å dominere over vurderingen, og språket blir nær sagt pompøst. Denne språklige stilen kan sies å stå i klar kontrast til den humoristiske, sleivete vi så i *Absolutt underholdnings* anmeldelse av *Blodspor*. Forskjellene i språklig stil er antakelig i stor grad knyttet til personlige trekk hos de to anmelderne og programlederne, slik at en anmeldelse av *Sex og Lucia* i *Absolutt underholdning* ikke nødvendigvis ville skille seg så mye fra anmeldelsen av *Blodspor*. Men det er likevel grunn til å anta at også filmenes plassering i det kulturelle hierarkiet har en betydning, ettersom vi kan se en kontrast mellom Hoffs anmeldelse av *Sex og Lucia* og hennes anmeldelse av *Harry Potter og mysteriekammeret*.

Guttorm Andreasens kommentar til slutt om at alt som ikke kommer fra Hollywood, som regel er bra, står på samme måte i kontrast til Connie Barrs humoristiske sleivspark til folkeopplysningsbegrepet. Gjennom filmvalget og språket i kritikkene kan programmene sies å markere seg i forskjellige retninger. Der *Absolutt underholdning* inntar en folkelig og antielitistisk holdning, kan *Stereos* fokus på smalere kvalitetsfilm leses som en form for distingvering fra det folkelige. Men gjennom filmvalg og tilnærmingsmåter framstår også programmene som et alternativ til hverandre.

Som i *Absolutt underholdning* kan kritikkene i *Stereo* sies å sette verket i sentrum og gjøre det til gjenstand for drøfting. I begge anmeldelser finner vi fordypende perspektiver, mens forekomsten av kritiske og analytiske perspektiver ser ut til å variere avhengig av typen film som anmeldes.

#### 5.4 Filmsaker med utpreget nyhetskarakter

I analyser av innholdssiden i nyhetsstoffet er det vanlig å fokusere på fem ulike nyhetskriterier: 1) *aktualitet*, 2) *identifikasjon*, 3) *sensasjon*, 4) *vesentlighet* og 5) *konflikt* (se for eksempel Bech-Karlsen 1991: 108). Det første kriteriet innebærer at en sak er nær i tid når den presenteres. I det andre ligger at publikum må kjenne seg igjen i og oppleve kulturell nærhet til saken eller noen av dens aktører. En uvanlig og uventet sak regnes som

sensasjonell, mens en sak som er relevant og viktig for publikum regnes som vesentlig. Saker preget av strid og uenigheter har konfliktaspektet i seg, og saker der uenighetene kan personifiseres har særlig høy prioritet i nyhetsredaksjonene. For tv-nyheter gjelder også et viktig tilleggskriterium; muligheten for *billedekning* (Andersen et.al. 2002: 48).

Jo Bech-Karlsens bok *Kulturjournalistikk. Avkobling eller tilkobling?* (1991) kan på samme tid leses som et normativt innlegg i debatten om hvordan kulturjournalistikken bør være, og en studie av hvordan kulturjournalister i Norge opplevde å arbeide med kulturstoff i begynnelsen av 1990-årene. Ifølge Bech-Karlsen er et av utviklingstrekkene innenfor kulturjournalistikken på 1900-tallet at "[m]eningsstoffet – den reflekterende journalistikk – har tapt terreng til fordel for nyhets- og reportasjestoffet – den begivenhetsbestemte journalistikk" (Bech-Karlsen 1991: 185). Gjennom tre eksempler, ett fra hvert program, vil jeg vise hvordan enkelte innslag domineres av nyhetssjangerens innhold og presentasjonsmåte.

#### 5.4.1 Filmkunst eller d(rap)?

I *Absolutt underholdning* finner vi en sak om Oslo Internasjonale Filmfestival den 13. november 2002. Innslaget består av en reportasje laget av Ronny Oksvold som varer i nesten to minutter. Reportasjen handler om en av filmene som vises på festivalen, *Biggie&Tupac* (Nick Broomfield). Filmen er i dokumentarsjangeren, og temaet er sentrert rundt drapet på to rap-musikere. Connie Barr introduserer reportasjen slik:

CB: [...] Men festivalfilmen det har vært mest kontrovers rundt er nok likevel *Biggie&Tupac*. Drapene på de to rapperne er blitt sett på som et internt oppgjør i rap-miljøet. Men, i dokumentaren mer enn antydes det at det var FBI og Los Angeles-politiet som sto bak.

Etter Barrs presentasjon, innleder Oksvold reportasjen på følgende måte:

VO RO: *Biggie&Tupac* er historien om to av USAs største rappere gjennom alle tider. To gode venner som festet sammen og som rappet sammen. Men et sted gikk det fryktelig galt og de to ble bitre fiender. I 1996 ble Tupac skutt i Las Vegas, og Biggie beskyldes for å stå bak mordet. Et halvt år senere blir han selv drept. En ren hevnaksjon, mener de fleste. Men ikke alle.

Kort presenteres vi for innholdet i den kommende reportasjen – saken handler om en dokumentarfilm med en ny og kontroversiell innfallsvinkel til drapet på to musikere i USA på midten av 1990-tallet. Allerede her ser vi at saken inneholder flere elementer av *konflikt*.

I de neste klippene får seerne høre om en tidligere etterforsker, Russell Poole, som under arbeidet med etterforskningen av drapene oppdaget ulovlig virksomhet blant politifolk i Los

Angeles. Det viste seg at mange i politiet også jobbet som livvakter for rapperne på fritiden. Poole ble etter dette tatt av saken.

Filmens regissør sier deretter i et intervju:

NB: You just feel it as a deep corruption that...of a society, you know, where the values are much more to do with preserving public confidence in the police force, than in actually getting to the bottom of what happened.

Regissørens kommentarer er hentet fra et intervju foretatt etter at filmen er laget, mens de øvrige intervjusegmentene er tatt fra filmen. Broomfield uttrykker frustrasjon over det amerikanske samfunnets verdier og politikk, og segmentet kan leses som bakgrunnen for filmens tilblivelse. Der det korrupte samfunnet i USA unnlot å gjøre sin plikt, har han ønsket å grave til bunns i saken.

Videre får vi høre at begge de to musikerne ble overvåket av FBI. Vi ser hvordan Oksvold ved hjelp av en sarkastisk kommentar, skaper en spisset overgang mellom Broomfields neste utsagn og en uttalelse av Voletta Wallace, Biggies mor:

NB: Biggie and Tupac were followed by the FBI as...as potential subversive elements. You know.

VO RO: Men merkelig nok var ikke FBI på plass da de to ble drept.

VW: If FBI was following my son, where were they that night my son was shot?

Som et svar på morens spørsmål, følger til slutt en uttalelse av etterforskeren Russell Poole:

RP: The reason being is because they do not want to expose to the public that Los Angeles police officers were involved in the conspiracy to kill Biggie Smalls.

I filmen er tidsintervallet mellom de to siste intervjuene fra Wallace og Poole relativt kort, men de er ikke direkte sammenstilt slik som her. Den effekten som oppnås ved at Pooles uttalelse fungerer som et svar på Wallace' spørsmål, er således konstruert av reporteren i *Absolutt underholdning*.

Før jeg går nærmere inn på konsekvensen av reporterens kommentarer og klippingen, vil jeg kort presentere Nick Broomfield. Denne britiske regissøren har laget flere dokumentarfilmer som regnes som kontroversielle, for eksempel *Tracking down Maggie* (1994) og *Kurt&Courtney* (1998). I den sistnevnte framstilles Nirvana-vokalist Kurt Cobains selvmord som fingert av kona Courtney Love, og presenterer en historie om at Love hyret inn en leiemorder til å drepe ektemannen. Broomfield sammenlignes ofte med amerikanske Michael Moore, kjent for filmer som *Roger and me* (1989), *Bowling for Columbine* (2002) og senere *Fahrenheit 9/11* (2004). Til tross for mye rosende omtale, har begge blant annet blitt kritisert for sine uortodokse framgangsmåter for å få intervjupersoner i tale, og filmene deres

er stemplet både som subjektive og spekulative. Broomfields journalistikk har blitt kalt ”ambush journalism” eller ”bakholdsjournalistikk”, fordi han kommer overraskende på sine intervjupersoner uten å avtale møte først (Dagsavisen 03.04.03).

I dette innslaget har *Absolutt underholdning* tatt utgangspunkt i filmen og laget en reportasje av stoffet, uten å stille spørsmålstegn ved filmens troverdighet. Riktig nok nevner Connie Barr i innledningen at det har vært kontrovers rundt filmen. Men utsagnet blir hengende uforklart i luften, og en videre problematisering av Broomfields journalistikk er fraværende.

Oksvolds utsagn om at ”merkelig nok var ikke FBI på plass”, kan leses som en ironisering over FBI's rolle og dermed som at han uten videre godtar Broomfields versjon av historien. Når Oksvold i tillegg redigerer sammen ulike deler fra filmen og segmenter fra et annet intervju, skaper han en forenklet og fortettet historie ut av stoffet. Reportasjen som helhet kan således leses som en aksept av filmens budskap. En forklaring på journalistens tilnærmingssåte kan være at innslaget er bygget på pressemateriell, og at dette er historien filmfestivalen har skapt for å oppnå publisitet. Men det viktigste poenget her er at en sak som i utgangspunktet handler om Oslo Internasjonale Filmfestival, i realiteten framstår som en nyhetssak om to drap.

#### **5.4.2 Steven Spielberg som politisk mekler**

Også i *Extra* finner jeg et eksempel der forholdet mellom kultursak og tradisjonell nyhetssak blir flytende. Mandag 18. november 2002 presenterer programmet en sak om Steven Spielberg, som har vært på Cuba i forbindelse med premieren på filmen *Minority Report*. Saken varer i omtrent to minutter. Når innslaget sendes, har filmen allerede har gått på kino i Norge i rundt tre måneder. Den skulle dermed være kjent for publikum flest og trenger ingen inngående presentasjon. I dette innslaget sies heller ingenting verbalt om selve filmen. Ett klipp fra filmen i åpningen og et i slutten av reportasjen, må stå på egne ben i så måte.

Hanne Fjellvang kommenterer saken slik innledningsvis:

HF: Hei, jeg heter Hanne Fjellvang, du ser på *Extra*. Forholdet mellom USA og kommuniststyrte Cuba er kanskje på vei å bli bedre. Den amerikanske regissøren Steven Spielberg gjør i alle fall alt han kan for å skape et framtidig samarbeid.

Her framstilles Spielberg som en slags mekler i den politiske konflikten mellom Cuba og USA. Fjellvang forteller videre i voice over at det hører til sjeldenhetene at amerikanske

filmer hylles på Cuba, men at hundrevis av publikummere i dette tilfellet sto i kø for å få billetter til premieren eller et glimt av regissøren. Bildene viser først menneskemengdene i og utenfor lokalet der Spielberg oppholdt seg, og deretter regissøren som holder en tale.

Vi får høre et lite utdrag av Spielbergs tale, deretter gir Fjellvang et resymé av talen og hendelsesforløpet under besøket:

SS: I hope you get a lot out of *Minority Report*, because I...after only two days I have been riched and I've gotten so much out of Cuba. Thank you very much.

Publikum: (Applaus)

VO HF: Spielberg uttalte seg om den førte år gamle handelsblokaden og sa at han håper at USA og Cuba kan utbytte varer, kultur og film i fremtiden. Senere møtte Spielberg Fidel Castro, og ifølge ryktene diskuterte de kulturell utveksling, historie og politikk i åtte timer. Det ble arrangert en egen filmfestival til ære for Spielberg, der det ble vist filmer som blant annet *E.T.*, *Indiana Jones* og *Haisommer*. Det er tydelig at kinopublikummet var begeistret.

Avslutningsvis vises en person utendørs, som kort forteller at det er en stor ære for det cubanske publikummet at Spielberg er til stede ved premieren.

Det er ikke uvanlig at kjente personer får oppmerksomhet for sitt politiske engasjement, både Bono i U2 og Bob Geldof er velkjente eksempler her. Samtidig kan ikke dette innslaget egentlig sies å handle om film, i og med at det ikke finnes noen tilnærming til det egentlige produktet som er *Minority Report*. Innslaget handler til dels om Spielbergs arbeid som regissør, blant annet fordi det vises til tidligere filmer han har laget. Dels handler innslaget også om hans popularitet på Cuba, og saken har dermed et kjendisfokus i seg. Men jeg legger Fjellvangs introduksjon til reportasjen til grunn for tolkningen av sakens egentlige kjerne. Når hun utelukkende trekker fram den politisk spente situasjonen mellom USA og Cuba og Spielbergs rolle for framtidig samarbeid mellom landene, mener jeg sakens sentrale fokus heller ligger på et utenrikspolitisk plan.

#### **5.4.3 Julia Roberts uten en tråd?**

*Stereo* har 14. november 2002 en sak om filmen *Full Frontal*, regissert av Steven Soderbergh. Saken omtales i introduksjonen til dagens sending, i introduksjonen til "ukens premierer" og i en kritikk. Jeg skal således igjen ta for meg en sak i kritikk-sjangeren, men her er det ikke kritikken oppbygning som er det sentrale. Isteden vil jeg vise hvordan også kritikker kan infiltreres av elementer som er mer kjent fra tradisjonelt nyhetsstoff.



Den totale dekningen av filmen varer omtrent fire minutter, men mye av informasjonen gjentas flere ganger. Filmen omtales for det første i introduksjonen til dagens sending:

GA: Hei, velkommen til *Stereo*. I dag er det torsdag, og da er det som vanlig masse film på programmet. I dag skal du blant annet få se fra den nye filmen til Steven Soderbergh, det var han som ble superstjerne nesten over natten for en god del år tilbake med filmen *Sex, Lies and Videotape*. Nå har han laget en film som heter *Full Frontal*, det er en sånn håndholdt, DVD-aktig greie med Julia Roberts og Brad Pitt i hovedrollene. Og filmen fremkalte blant annet følgende overskrift i mørkeblå Aftenposten i går: "Julia Roberts kler seg naken"! Det skjer selvfølgelig mye mer annet i *Stereo* også, her er resten av sakene våre.

Vi presenteres altså for regissøren, som omtales som en superstjerne, i tillegg til at to av skuespillerne nevnes. Videre henvises til en noe oppsiktsvekkende avisartikkel i Aftenposten, om at en av verdens mest kjente skuespillerinner har stilt opp naken i filmen.

I introduksjonen til "ukens premierefilmer" nevnes igjen Brad Pitt:

GA: Torsdag er altså filmdag her i *Stereo*, og denne helgen så får du alt fra Brad Pitt til australske urbefolkningsdrama. Her er ukens premierer.

I realiteten har Pitt kun en kort opptreden i filmen, og ingen hovedrolle. Kanskje kan Andreasens framheving av hans rolle skyldes uvitenhet eller mangelfull research. Men i innledningen av kritikken fokuserer også Anne Hoff på Soderbergh, Pitt og Roberts' roller, uten å presisere at Pitt kun er med i noen få minutter av filmen:

GA: Ja, velkommen, Anne Hoff. Mange premierer denne uken også. Det har vært mye filmer nå i høst. Du, den filmen vi så sist her nå, *Full Frontal*, det er vel den med størst sånn stjernepotensiale, i hvert fall?

AH: Ja, vi så jo Julia Roberts her, selv om hun hadde en litt dårlig hardag, tror jeg. I hvert fall ikke noen spesielt glamorøs utgave.

GA: (ler)

AH: Men både hun og, som du sa, Brad Pitt er med, og denne filmen er jo laget av en av de store kjendisregissørene, Steven Soderbergh, som er en slags sånn gullgutt i Hollywood.

Både Catherine Keener og Blair Underwood har betydelig mer sentrale roller i filmen, men disse skuespillerne nevnes ikke. Det er grunn til å hevde at dette skyldes at de er mindre kjent enn Brad Pitt. Fokuset på kjente personer blir dermed framtrepende her, noe som også understrekes av Andreasens kommentar om filmens "stjernepotensiale". I likhet med det tidligere eksempelet om *Biggie & Tupac* i *Absolutt underholdning*, kan også denne saken se ut til å være bygget på promoteringsmateriale, der sider ved filmen som potensielt vil appellere til publikum trekkes fram.

Når Andreasen siterer Aftenpostens overskrift, vil jeg hevde at det er et forsøk på å skape sensasjon rundt saken. Bruken av ordet "mørkeblå" henviser ironisk til Aftenpostens tidligere tilknytning til partiet Høyre og den konservative linjen mange fortsatt mener å finne i avisen. Ironi kan brukes til å skape distanse, og tilsynelatende prøver Andreasen å markere *Stereos*

distanse til den høyreorienterte journalistikken i Aftenposten. Men i dette tilfellet mener jeg at ironien heller har som funksjon å dekke over at *Stereo* "låner" overskriften for å skape forventninger til sin egen sak.

I intervjuet med Hoff viderefører han tematikken fra Aftenposten, når han spør anmelderen om spenningen knyttet til Roberts' (påståtte) nakenhet:

GA: Det er veldig mange som har fokusert på dette med at vi endelig får se Julia Roberts naken, da. Var det spennende (ler)?

AH: Ja, det (ler). Jeg tror jeg blunket. Nei, men det sier jo også noe om...det er jo liksom dette med dogmereglene og det håndholdte kamera. At du da skal få skuespillerne til å føle seg så frie. Det er jo det som er noe av poenget med hele denne formen, da. Og det er mulig at da...da blir jo skuespillerne helt gjerne og vrenger jo av seg klærne og skal liksom oppføre seg veldig naturlig. Men...men jeg vet ikke, jeg synes de egentlig bare virker som de bare spiller sitt eget sånn litt selvopptatte, nervøse, innadvendte, uinteressante selv, jeg, altså. Det her er ikke en spesielt god Steven Soderbergh-film.

Som i introduksjonen finner vi en tilsvarende humoristisk og ironisk distanse, som også følges opp av Hoff. Kommentaren om at hun blunket peker mot det inntrykket også jeg fikk da jeg så filmen, nemlig at klippet må være så kort at du skal være svært observant for å se det. Men samtidig fortsetter hun å gjøre et poeng ut av Roberts' frigjorte opptreden. Og ironien makter ikke å skjule det faktum at de begge gjør hennes nakenhet til et sentralt fokus i saken.

I denne sammenhengen er det også interessant å se på Aftenpostens sak. Ved nærmere ettersyn viser det seg at overskriften ikke egentlig speiler innholdet for øvrig. Først i det siste avsnittet oppgis motivasjonen for artikkelens tittel:

Filmens tittel, et amerikansk uttrykk for nakenhet, er en markedsføringsspøk etter at originaltittelen "How to Survive an Hotel Room Fire" ble ubrukbar etter 11. november<sup>27</sup> i fjor. Men til New York Times påpeker Soderbergh at den også kan handle om å kle seg naken i en videre kontekst. Han sier filmen handler om våre forsøk på å knytte oss til hverandre (Aftenposten 13.11.02).

Det er derfor uklart hvorvidt man skal oppfatte Aftenpostens tittel bokstavelig eller ikke. Nakenheten er i like stor grad symbolsk ment, ifølge regissøren selv. Det kan se ut til at Andreasen ikke tok seg tid til å lese hele artikkelen, ettersom han unnlater å problematisere dette. Nå kan man kritisere Aftenposten for å ha en misvisende tittel, men det faller utenfor mitt mandat i denne undersøkelsen.

Hvilke kilder Andreasen henviser til når han sier at veldig mange har fokusert på at Roberts er naken, er også usikkert. Gjennom et søk i Atekst fant jeg generelt få forhåndsomtaler av filmen. Men i en kort notis kan man lese følgende: "Verdens for øyeblikket kanskje mest

---

<sup>27</sup> Det kan se ut til at journalisten egentlig mente å skrive 11. september.

ettertraktete filmskuespiller på kvinnesiden, Julia Roberts, stiller naken i sin nye film "Full Frontal", melder Aftenbladet" (Aftenposten 07.05.02). Å skape slike inntrykk er et vanlig grep fra produsentenes side i markedsføringen av filmene. Naken Roberts eller ikke, i denne filmkritikken brukes virkemidler som kjendisfokus og sensasjon for å trekke oppmerksomhet til saken.

## 5.5 Fordypende filmjournalistikk?

I undersøkelsen av formatets muligheter for fordypende filmjournalistikk, har jeg for det første tatt for meg den totale filmdekningen i utvalgsperioden med utgangspunkt i filmenes produksjonsland og sjanger. Analysen har søkt å avdekke forekomsten av filmer fra ulike nivåer i det filmkulturelle hierarkiet. Funnene viser at ulike typer filmer forekommer i samtlige program, men at vektleggingen er forskjellig programmene imellom. *Stereo* fokuserer i større grad på kvalitetsfilm, men det dreier seg likevel om engelskspråklige filmer som potensielt vil ha bred publikumsappell. I *Absolutt underholdnings* omfattende filmdekning blir konsentrasjonen rundt engelskspråklig film enda tydeligere, men vektleggingen er omtrent jevnt fordelt på sjangerfilm og mer ambisiøs film. *Extra* dekker hovedsakelig den bredere, engelskspråklige sjangerfilmen.

Når det gjelder håndteringen av hensynet til tempo og variasjon i programmene, har jeg sett på noen kortere nyhetsmeldinger og en reportasje bestående av flere ulike segmenter. Meldingene i *Absolutt underholdning* og *Extra* viser at det er lite rom for analytiske, kritiske og fordypende perspektiver i slike saker, og at kulturproduktet som aktualitet kommer i forgrunnen. Til tross for at reportasjen i *Stereo* er mye lenger i varighet enn meldingene og har flere ulike innfallsvinkler, medførte den fragmenterte formen i innslaget at hvert enkelt segment var kort og rommet et minimum av informasjon. Hensynet til tempo og variasjon kan således sies å ha en innvirkning på mulighetene for analytiske, kritiske og fordypende perspektiver i enkelte innslag. Imidlertid må det her poengteres at disse sakene representerer én framstillingsform av flere i samtlige programmer.

Analysene av filmkritikkene ga innblikk i saker av lenger varighet og uten et slikt fragmentert preg. I disse sakene er det drøftingen av *verket* som står i fokus, framfor at kulturproduktet framstilles som aktualitet. Kritikkene i *Stereo* foregår imidlertid som noe kaospregede samtaler mellom Anne Hoff og Guttorm Andreassen, og en del av tiden går bort til

gjentakelser og løst prat. I *Absolutt underholdning* framstår sakene i større grad som Brita Møystad Engseths monologer, noe som medfører at de blir tydeligere og mer poengterte. Samtidig er det ingen klar tendens til at kritikkene har lenger varighet i *Stereo* enn i *Absolutt underholdning*, sett ut fra de fire kritikkene jeg har analysert.

Når det gjelder tilstedeværelsen av analytiske, kritiske og fordypende perspektiv, har jeg funnet at kritiske og fordypende perspektiv forekommer i *Absolutt underholdnings* anmeldelser, men at analytiske perspektiver i mindre grad er tilstedeværende. I *Stereo* finner vi likeledes at det analytiske perspektivet i mindre grad er tilstedeværende i kritikken av en sjangerfilm, mens tilnærmingen til et spansk drama helt domineres av tolkningene på bekostning av vurderingen. Her kan således det kritiske perspektivet i mindre grad synes å være til stede. Jeg leste dette både som at ulike filmer behandles ulikt, men også som *Stereos* strategi for å markere seg bort fra det brede og folkelige i retning av en form for kulturelitisme. *Absolutt underholdning* markerer seg derimot i motsatt retning, ved å innta en folkelig holdning både i sitt valg av filmer som anmeldes, og i tilnærmingmåten til filmene.

Til slutt søkte jeg gjennom tre eksempler å illustrere hvordan nyhetsformatet kan sies å prege enkelte saker, i en slik grad at filmen som kulturuttrykk til dels kommer i bakgrunnen for utenforliggende forhold. De tre utvalgte innslagene, ett fra hvert program, representerer saker av lengre varighet som står i kontrast til meldingene jeg analyserte tidligere. Her ville det således i større grad være et potensielt rom for analytiske, kritiske og fordypende perspektiv enn i de korte nyhetssakene. I samtlige av disse sakene forekommer det i en viss forstand tilnærming til kulturarbeideren og/eller kulturproduktet, men fokuset er i hovedsak rettet mot andre forhold. I *Stereo* og *Absolutt underholdning* kan det se ut til at sakene er bygget på promoteringsmateriale for filmene, og at journalistene har benyttet innfallsvinkelen i materialet sakene er bygget på.

## 6. AVSLUTTENDE DRØFTINGER OG BETRAKTNINGER

I denne avsluttende delen vil jeg drøfte analysens funn mer sammenhengende, før jeg til slutt tar et lite blikk på utviklingen i årene etter programmene ble sendt.

### 6.1 Drøftinger av analysens funn

Formålet med denne undersøkelsen har vært å utforske kulturnyhetmagasinets muligheter og betingelser for mangfoldig kulturdekning, fordypende kulturdekning og dekning av andre kulturformer enn populærkultur. Avslutningsvis vil jeg nå nøste opp funnene fra de tre delanalysene og drøfte dem mer sammenhengende og i et større perspektiv.

#### 6.1.1 Strukturelle betingelser for en mangfoldig kulturdekning

I den første delanalysen tok jeg for meg produksjonen av programmene sett i lys av de samfunnsmessige og markedsrelaterte premissene produsentene må forholde seg til, og søkte svar på problemstillingen *hvilke faktorer fremmer eller motvirker en mangfoldig kulturdekning?*

Et funn er at økonomi spiller en rolle for samtlige redaksjoner, men til dels på ulike nivåer og med ulikt utfall. I *Stereo* og *Extra* viste det seg at begrensning i ressurser medførte en tilsvarende begrensning i forhold til tilgangen på ønsket stofftilfang geografisk sett. Utfallet for *Stereos* del var at redaksjonen ikke abonnerte på utenlandsk stoff, og videre at redaksjonen i mindre grad hadde anledning til å reise utenlands for å dekke saker. Motsatt medførte begrensningen i ressurser til at *Extra* i liten grad kunne presentere egne saker med lokalt preg. Begrenset tilgang på ressurser kan således medføre en begrensning i tilgang på stoffområder, og i dette henseende sies å redusere programmenes muligheter til å presentere kulturelt mangfold.

For *Absolutt underholdnings* del fant vi ikke uttrykk for at økonomien virket begrensende på tilgangen til forskjellige stofftyper, men økonomi er likevel en sentral faktor som stadig blir tematisert. Imidlertid knyttes økonomien her i større grad til kanalnivået framfor programmet, og gir signaler om at TV 2s rolle som butikk for investorene er overordnet kanalens rolle som allmennkringkaster. Et gjennomgående tema er redaksjonens prioriteringer av det folkelige, brede og det som trekker store seergrupper. Her ser det ikke ut til at økonomien virker begrensende for *mulighetene* til å presentere kulturelt mangfold, men derimot at ønsket og

behovet for å tilfredsstille annonsørene bidrar til en konsentrasjon om stofftyper som trekker høye seertall.

Nært knyttet til den økonomiske faktoren er tidsskjemaet programmene produseres etter. For *Stereos* del kom det fram at økonomi var en bakenforliggende årsak til at programmet ikke lenger ble sendt direkte. At programmet nå sendte ”live on tape”, begrenset mulighetene for å presentere dagsaktuelt stoff. *Extra* ble produsert etter et skjema som i enda større grad begrenset mulighetene for å presentere aktuelt stoff, og det er grunn til å anta at produksjonsmåten var ressursbesparende. *Absolutt underholdning* ble som eneste program sendt direkte, og det var et uttalt mål at sakene i størst grad skulle være ferske. Videre fant jeg her en vektlegging av reportasjestoff framfor samtaler og debatter i studio, noe som kan ha en sammenheng med produksjonsmåten.

Én betingelse for kulturelt mangfold er at kulturlivet presenteres som et eget tema, og ikke bare som aktualitet. En annen betingelse er at kulturen tilnærmes gjennom varierte framstillingsformer, og at programmene har rom for både analytiske, kritiske og fordypende perspektiv i tillegg til de mer overflatiske nyhetspresentasjonene. Aktualitetskravet bør således vektes mot andre krav. I *Absolutt underholdning* kan produksjonsmåten sies å være strukturert ut fra et prinsipp om at sakene i størst mulig grad skal være aktuelle, noe som kan føre til at andre typer saker ekskluderes. I de to øvrige programmene kan produksjonsmåten, om enn uintendert, medføre at programmene i større grad må veksle mellom aktuelle og mer tidløse saker.

*Absolutt underholdning* hadde opp mot ti ganger så mange seere som de øvrige to programmene. Selv om kanalenes dekningsgrad spiller en rolle for oppslutningen, kan denne forskjellen regnes som markant. Det viste seg også å være en klar målsetting for programmet å trekke flest mulig seere, blant annet var *Absolutt underholdning* programmert mot *Dagsrevyen* (NRK1) med et mål om å svekke konkurrenten. Naturlig nok hadde samtlige tre redaksjoner en målsetting om å nå mange seere, men denne målsettingen var mer eksplisitt uttalt for *Absolutt underholdnings* del.

Viktige strategier i samtlige programmer for å nå mange seere, var å gi sendingene preg av *variasjon* og *tempo*. Bredde i temaer var viktig for å tilfredsstille ulike behov hos ulike

seergrupper, samtidig som tempoet var en faktor for å holde på seere med ulike behov hele sendingen igjennom. En slik strategi kan kvantitativt sett virke fremmende for presentasjonen av bredde og mangfold av kulturuttrykk. Men samtidig vil høyt tempo og et stort antall saker per sending gi mindre tid til hver sak. Her kan ønsket om å nå mange seere fungere til å ekskludere mer kompliserte, tidkrevende saker. De korte nyhetssakene kan dermed komme til å dominere over saker med analytiske, kritiske og fordypende perspektiv. Ønsket om høye seertall er således en faktor som fremmer bredde i typer kultur som presenteres og dermed variasjon i kvantitativ forstand, men som hindrer mangfold på et kvalitativt nivå i betydningen fordypning.

Både for *Stereo* og *Extras* del innfridde altså ikke seertallene kanalenes forventninger, noe som medførte at *Extra* og på sikt også *Stereo* ble nedlagt. Et utslag av fokuset på høye seertall kan således være at kulturprogrammer forsvinner helt. NRKs fjernsynskanaler sender imidlertid til enhver tid flere ulike kulturprogrammer, slik at innfrielsen av kulturforpliktelsene ikke nødvendigvis er betinget av *Stereo*. Men med 25 minutters sendetid fire kvelder per uke, var programmet et viktig bidrag til volumet i NRKs kulturdekning på fjernsyn i 2002.

En mangfoldig kulturdekning på norsk fjernsyn innebærer at det bør være rom for kultur fra alle deler av Norge. Videre bør det være rom for et bredt spekter av kulturformer, fra populærkultur til høykultur. Både for *Stereo* og *Absolutt underholdnings* del fant vi et uttalt fokus på urban kultur framfor kultur fra andre deler av landet. I *Stereo* var dette fokuset knyttet til målgruppeorienteringen, ettersom seere bosatt i byene var attraktive for programmet. Videre fant vi for begge programmer en vektlegging av populærkulturen framfor andre kulturformer. Denne vektleggingen ble legitimert gjennom en argumentasjon for at grensene mellom underholdning, populærkultur og høykultur er flytende, og produsentene motsatte seg å forholde seg til skiller de mener er unaturlige og umoderne. Ingen av informantene syntes her å være opptatt av programforpliktelsene, og la hovedansvaret for disse over på andre. Vektleggingen av populærkulturen kan knyttes til programmenes orientering mot yngre seere. Målgruppeorienteringen kan dermed sies å begrense mulighetene for kulturelt mangfold både i geografisk forstand og i den forstand at populærkultur prioriteres framfor andre kulturformer.

### 6.1.2 Hybridformatet kulturnyhetsmagasin

En premisse jeg har lagt til grunn for å undersøke akkurat disse tre programmene, er at samtlige tilhører det hybridformatet jeg har kalt kulturnyhetsmagasin. For å komme nærmere formatet søkte jeg i undersøkelsens del to å utforske noen grensepunkter som kan antyde i hvilket felt programmene befinner seg. Problemstillingen jeg søkte å besvare var *hva karakteriserer hybridformatet kulturnyhetsmagasin?*

Programmene følger en relativt lik struktur innledningsvis og avslutningsvis som i stor grad ligner den vi finner i tradisjonelle nyhetsprogram. I hoveddelen er det derimot større grad av variasjon programmene imellom. I *Stereo* fant vi en markant løsere struktur, som manifesterte seg gjennom programlederens ulike roller, tilstedeværelsen av forskjellige gjester og live-innslag i studio, samt en veksling mellom ulike hjemmekoselige studiosettinger. Den løse strukturen åpner for en større grad av variasjon i journalistiske tilnærmingsformer. Blant annet kan programmet i mye større grad enn *Extra* og *Absolutt underholdning* presentere forestillinger og konserter, om enn i et miniformat, og videre gi *kulturarbeiderne* en stemme. I *Extra* finnes ikke studioinnslag utover programlederens presentasjoner, mens det i *Absolutt underholdning* forekommer studiointervjuer med kritikere og eksperter på samme måte som i *Stereo*. Studiointervjuene åpner for tilnærminger til kulturen gjennom samtaler, diskusjoner og debatt. Programmene kan således sies å utnytte formatet på forskjellige måter. Den løsere strukturen vi finner i *Stereo* og til dels i *Absolutt underholdning*, åpner for større grad av kulturelt mangfold i betydningen varierte tilnærmingsformer.

Det uttalte målet om variasjon og tempo i *Absolutt underholdning*, gjenspeiler seg i den faktiske dekningen i en utvalgt sending. Programmet inneholder mellom to og tre ganger så mange innslag som de øvrige to programmene, på tross av kortere sendetid. I dette henseende kan *Absolutt underholdning* sies å presentere størst grad av bredde i kvantitativ forstand, og dermed et mangfold av kulturformer. Samtidig vil kvantitativ bredde gå på bekostning av tiden som gis til den enkelte sak, og således begrense mulighetene for analytiske, kritiske og fordypende perspektiv i den journalistiske tilnærmingen.

I tråd med informantenes vektlegging av populærkulturen framfor andre kulturformer, viser også den faktiske dekningen en utvalgt dag at samtlige program nær sagt utelukkende presenterer kulturuttrykk som kan kalles populærkulturelle. Imidlertid finner jeg bredde i den



forstand at ulike populærkulturelle sjangere dekkes, og i dette henseende kan programmene sies å presentere et mangfold *innenfor* det populærkulturelle feltet. Videre presenterer samtlige program innslag om temaer som det er mer problematisk å definere som kultur. Dette forholdet er i størst grad tilstedeværende i *Extra*. I *Absolutt underholdning* og *Extra* finner vi også større forekomst av vinklinger i sakene som er rettet mot forhold utenfor kulturproduktet som dekkes, slik at kulturen i mindre grad presenteres som et eget tema. *Stereo* kan således sies å være det programmet som har en mest rendyrket kulturprofil når det kommer til innhold.

### **6.1.3 Kulturnyhetsmagasinets muligheter for mangfoldig kulturdekning**

I den tredje og siste delanalysen har jeg tatt for meg filmdekningen i programmene og undersøkt utfallet av at en bestemt kulturform – film – presenteres på nyhetenes premisser. Problemstillingen jeg søkte svar på var følgende: *Hvilke muligheter finnes det i formatet for mer fordypende filmjournalistikk – og hva sier dette om nyhetsmagasinets muligheter for mangfoldig kulturdekning?*

De mer overordnede analysene av filmdekningen viste at *Stereo* og *Absolutt underholdnings* uttalte vektlegging av norsk kultur ikke gjenspeiler seg i utvalget av filmer som får en tilnærming i programmene. Forekomsten av norske filmer var generelt lav, noe som er i strid med NRK og TV 2s forpliktelser til å dekke mangfoldet i norsk kulturliv. *Extra* dekker ingen norske filmer, men en forklaring er at programmet kun baserte seg på innkjøpt stoff fra utlandet. I samtlige programmer fant jeg derimot en vektlegging av engelskspråklig film. I *Stereo* og *Extras* dekning finnes forekomst av filmer fra andre europeiske land, mens filmer fra øvrige verdensdeler ikke er representert i noen av programmene. Filmdekningen viser dermed at kulturelt mangfold i geografisk forstand, i liten grad er tilstedeværende her.

Imidlertid viste analysene forskjeller mellom programmene når det gjelder vektleggingen av sjangerfilm mot drama og dokumentarfilm. I *Stereo* er forekomsten av sjangerfilm lav, mens forekomsten av drama er tilsvarende lav i *Extras* filmdekning. Dokumentarfilm er ikke representert i utvalget fra *Extra*. I *Absolutt underholdning* finner vi at andelen sjangerfilm mot drama og dokumentarfilm er forholdsvis likt vektet. Med en betydelig mer omfattende filmdekning enn de øvrige programmene, kan *Absolutt underholdning* her sies å presentere det største mangfoldet i kvantitativ forstand og når det gjelder ulike sjangere som dekkes.

Forekomsten av analytiske, kritiske og fordypende perspektiv, henger sammen med innslagernes varighet og typen innslag. Samtidig kan ikke forholdet mellom innslagernes varighet og graden av fordypning sies å være entydig. Analysene av meldingene i *Absolutt underholdning* og *Extra*, viste at denne typen saker er informative. Men på grunn av deres korte omfang har de i liten grad rom for mer dyptgående journalistikk, og filmene presenteres som aktualiteter. De to meldingene jeg analyserte er begge basert på innkjøpt stoff, og sakene er bygget opp etter det samme mønsteret. Innslagene kan således illustrere at det innkjøpte stoffet i mindre grad legger opp til variasjon i presentasjon og innhold. En reportasje i *Stereo* om Oslo Internasjonale Filmfestival, viser hvordan lengre saker kan bygges opp rundt mindre enheter der hver enhet kan sies å presentere en egen sak. Den fragmenterte formen medførte i dette tilfellet at informasjonen om hvert saksforhold var knapp. Forekomsten av analytiske, kritiske og fordypende perspektiv ble dermed begrenset også i dette innslaget.

Analysene av kritikkene i *Absolutt underholdning* og *Stereo* illustrerte at forekomsten av kritiske og fordypende perspektiv i større grad er tilstedeværende i denne typen saker. Her diskuteres et enkelt verk mer i dybden, og samlet presenter sakene både kontekstuelle og vurderende tilnærminger til filmene. De analytiske perspektivene viste seg imidlertid i mindre grad å være tilstedeværende. Et unntak er *Stereos* anmeldelse av den spanske filmen *Sex og Lucia*, der tolkningen av filmen var overordnet den kvalitative vurderingen.

Til slutt har jeg gjennom analyser av tre lengre saker illustrert hvordan nyhetsformatet i noen tilfeller setter tydelig preg på saken, og at dette forholdet kommer til uttrykk i samtlige program. Her settes filmen som kulturuttrykk til dels i bakgrunnen for utenforliggende forhold. I samtlige av disse sakene forekommer det i en viss forstand tilnærminger til kulturarbeideren og/eller kulturproduktet, men fokuset er i hovedsak rettet mot forhold som gjør at sakene framstår som nyheter i en mer tradisjonell forstand. Et kriterium for kulturelt mangfold er at kulturlivet presenteres som et eget tema, og ikke bare som aktualitet. Når nyhetspreget blir for tydelig i sakene, begrenses således mulighetene for kulturelt mangfold.

## 6.2 Avsluttende betraktninger

*Stereo* slet med for lave seertall i forhold til Kringkasters forventninger, og Hødnebø fryktet nedleggelse. Det skulle på sikt også vise seg å være en berettiget frykt. Både *Extra* og etter

hvert *Stereo* måtte gi tapt mot dårlig seeroppslutning, mens *Absolutt underholdning* foreløpig har overlevd. Riktig nok har programmet nytt sendetidspunkt og ligger ikke lenger horisontalt plassert mot *Dagsrevyen*. Dersom TV3 hadde gitt Baluba en ny sjanse til å utbedre programmet, hadde vi muligens fått oppleve et mer rendyrket kulturnyhetsmagasin også på denne kanalen.

I Allmennkringkastingsrådets vurderinger av programtilbudet for 2002, kommer *Stereo* bedre ut av det enn *Absolutt underholdning* fordi *Stereo* ifølge rådet har større rom for analytiske, kritiske og fordypende perspektiv mens TV 2-programmet primært presenterer kulturen som aktualitet. Mine analyser kan til en viss grad sies å understøtte rådets vurderinger, selv om det er grunn til å hevde at både forekomsten av fordypning og tendensen til å presentere kulturen som aktualitet er tilstedeværende i begge programmer. Imidlertid har TV 2 i mindre grad enn NRK alternative kulturprogram å tilby seerne sine. På denne bakgrunnen blir tendensen til å presentere kulturen som aktualitet mer problematisk når det gjelder *Absolutt underholdning*, sett i et allmennkringkastingsperspektiv.

I rådets vurderinger av TV 2s kulturdekning i årene 2002-2004, finner vi gjennomgående denne kritikken mot at forekomsten av analytiske, kritiske og fordypende perspektiv er for lav og at kulturen ikke presenteres som eget tema. I oktober 2003 lanserte kanalen imidlertid et nytt ukentlig program, *Mens vi venter på Operaen*, som kunne synes å være et svar på de mer spesifikke kravene til kulturdekning i den nye konsesjonsavtalen. Rådet roste programmet som en positiv nyskapning, men mente likevel at sendetiden var for usentral (2004: 93-94). Videre sendte kanalen fire nye programmer i serien *Arena*, en serie som også ble sendt før 2002. *Arena*-programmene ble på samme måte oppfattet som positive bidrag av rådet. Imidlertid ble *Mens vi venter på Operaen* tatt av sendeplanen allerede etter to sesonger. Etter det jeg kjenner til, er TV 2s regelmessige kulturdekning per dags dato konsentrert rundt kultur som aktualitet.

I forhold til NRKs kulturdekning, uttrykker Allmennkringkastingsrådet en generell skepsis til at flere kulturprogrammer har første utsending på NRK2 og deretter sendes i reprise utenfor sentral sendetid på NRK1. Denne skepsisen er begrunnet i NRK2s lave dekningsgrad (2003: 50). Kanskje hadde *Stereo* hatt bedre betingelser for å overleve dersom det hadde blitt sendt på NRK1 isteden. I NRK-kanalenes sendeskjemaer våren 2006 finner vi hver tirsdag og

torsdag programmet *Kulturnytt* (NRK1). Med fem minutters sendinger plassert etter kl. 23 i sendeskjemaet, har NRK tatt i bruk en særdeles ekstrem variant av formatet tidsmessig sett, i tillegg til at plasseringen heller ikke gir dette programmet de beste betingelser.

Presentasjon av kultur i et bredt anlagt og populært format, kan imidlertid ha en demokratisk funksjon ved at kulturen spres også til seergrupper som i utgangspunktet ikke har en interesse for stoffområdet. Utviklingen av digitalt fjernsyn, som vil øke kanaltilbudet betraktelig, kan muliggjøre at egne nisjekanaler om kulturstoff finner et marked. Dette kan øke kulturtilbudet på fjernsyn. Samtidig kan plasseringen av kultur i nisjekanaler medføre at stoffet i mindre grad vil prioriteres i sendeskjemaene til de store kanalene. Plasseringen av kultur i nisjekanaler vil innebære at seerne aktivt må oppsøke stoffet selv, og forutsetter dermed en interesse fra seerens side. I et framtidig perspektiv kan dermed den allmenne og mer demokratisk anlagte tilgangen til kulturstoff bli begrenset.

## LITTERATUR

Andersen, Michael Bruun, Rønning, Helge og Waldahl, Ragnar (2002), *”Først og fremst for å forstå hva som skjer. Utviklingen av TV 2s nyheter”*, i Enli, Gunn Sara, Syvertsen, Trine og Sæther, Susanne Østby (red.), *Et hjem for oss – et hjem for deg? Analyser av TV 2 1992-2002*, Kristiansand: Høyskoleforlaget

Bakøy, Eva og Syvertsen, Trine (red.) (2001), *Sjekking på tv. Offentlig ydmykelse eller bare en lek? En studie av ”Reisesjekken” – programformat, deltakere, produsenter, sponsorer og publikum*, Oslo: Unipub forlag

Bech-Karlsen, Jo (1991), *Kulturjournalistikk. Avkobling eller tilkobling?*, Oslo: Universitetsforlaget

Bergtun, Marita (2002), *Kultur og underholdning i stereo, eller absolutt bare underholdning? En sammenlignende produksjonsanalyse av Absolutt underholdning og Stereo*, semesteroppgave, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo

Bourdieu, Pierre ([1965] 1990), “The Social Definition of Photography”, i Bourdieu, Pierre (ed.), *Photography. A Middle-brow art*, Cambridge: Polity Press

Bourdieu, Pierre ([1979] 1995), *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*, Oslo: Pax Forlag

Bourdieu, Pierre ([1994] 1996), *Symbolsk makt. Artikler i utvalg*, Oslo: Pax Forlag

Braaten, Lars Thomas et.al. ([1994] 1999), *Introduksjon til film. Historie, teori og analyse*, Oslo: Ad Notam Gyldendal

Breidalen, Svanhild (1999), *Og nå noe...helt annet? En kvantitativ og kvalitativ analyse av promoer, vignetter og annet mellomstoff på NRKTO 1996-1998*, hovedoppgave, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO

Corner, John (1995), *Television Form and Public Address*, London: Edward Arnold

Enli, Gunn Sara (2002), "På din side. Folkelighet og alliansebygging i TV 2s aktualitetsprogram", i Enli, Gunn Sara, Syvertsen, Trine og Sæther, Susanne Østby (red.), *Et hjem for oss – et hjem for deg? Analyser av TV 2 1992-2002*, Kristiansand: Høyskoleforlaget

Fairclough, Norman (1995), *Media Discourse*, London: Arnold

Gjelsvik, Anne (2002), *Mørkets øyne. Filmkritikk, vurdering og analyse*, Oslo: Universitetsforlaget

Gripsrud, Jostein (1988), "Den problematiske populærkulturen", *Samtiden* nr. 6, Oslo: Aschehoug, side 39-46

Gripsrud, Jostein (1999), *Ukepressens kulturelle og samfunnsmessige betydning*, En utredning for Foreningen Norsk Ukepresse, Oslo

Hausken, Liv (2002), "Norges seriemester. Diskusjon av et slagord", i Enli, Gunn Sara, Syvertsen, Trine og Sæther, Susanne Østby (red.), *Et hjem for oss – et hjem for deg? Analyser av TV 2 1992-2002*, Kristiansand: Høyskoleforlaget

Helland, Knut et.al. (1997), *Metodebok for mediefag*, Bergen: Fagbokforlaget

Helland, Knut og Sand, Gunnar (1998), *Bak TV-nyhetene. Produksjon og presentasjon i NRK og TV 2*, Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget

Johnsen, Kari Bjørge (1992), *Kunst, kultur og fjernsyn – en skikkelig gryterett?*, hovedoppgave i massekommunikasjon og kulturformidling, Institutt for massekommunikasjon, Universitetet i Bergen

Karlsen, Gro Maren Mogstad (2000), *Programpolitikken til TV 2, TVNorge og TV3. En analyse av hvordan markedet strukturerer de reklamefinansierte tv-kanalenes programpolitikk*, hovedoppgave, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO

Lund, Cecilie Wright (2000), *Kritikkens rom – rom for kritikk? Kulturstoffets rolle i dagspressen*, Oslo: Norsk kulturråd

Nilsen, Heidi Marie (2002), *Kunstopplevelser i fjernsynet? Perspektiver på kunstprogrammet Poulære bilder*, hovedoppgave, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO

Ryen, Anne (2002), *Det kvalitative intervjuet. Fra vitenskapsteori til feltarbeid*, Bergen: Fagbokforlaget

Shuy, Roger W. (2001). "In-Person Versus Telephone Interviewing", i Gubrium, Jaber F. og Holstein, James A. (red.), *Handbook of Interview Research. Context & Method*, Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage Publications

Storsul, Tanja (2002), *Transforming Telecommunications. Democratising Potential, Distributive Challenges and Political Change*, Oslo: Unipub AS

Syvertsen, Trine (1992), *Public Television in Transition: A Comparative and Historical Study of the BBC and the NRK*, Levende bilder nr. 5/92, KULTs skriftserie nr. 10, Oslo og Trondheim: Norges allmennvitenskapelige forskningsråd

Syvertsen, Trine (1997), *Den store TV-krigen: Norsk allmennfjernsyn 1988-96*, Bergen: Fagbokforlaget

Syvertsen, Trine (1998), *Dokumentanalyse i medievitenskapen: Tilgang, kildekritikk, problemstillinger. Med oversikt over offentlige dokumenter og dokumenter fra medieinstitusjoner (papir og web-kilder)*. Notat, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO

Syvertsen, Trine (2004), *Mediemangfold. Styring av mediene i et globalisert marked*, Kristiansand: IJ-forlaget AS

Søndergaard, Henrik (1996), "Kvalitet og mangfoldighed i det nye medielandskab. Refleksjoner over public service i multi-kanalsystemet" i Hultén, Olof, Søndergaard, Henrik og Carlsson, Ulla (red.), *Nordisk forskning om public service. Radio och TV i allmänhetens tjänst*, Göteborg: Nordicom

Turner, Graeme, (2001), "The Uses and Limitations of Genre" og "Genre, Format and 'Live' Television", i Creeber, Glen (ed.), *The Television Genre Book*, London: BFI Publishing

Ytreberg, Espen (2000), *Brede smil og spisse albuer: hvordan fjernsynet overtaler*, Oslo: Aschehoug

Ytreberg, Espen (2001), *Allmennkringkastingens autoritet. Endringer i NRK Fjernsynets tekstproduksjon 1987-1994*, Skriftserie for Institutt for medier og kommunikasjon, Oslo: Unipub forlag



## REFERERTE DOKUMENTER

Allmennkringkastingsrådets vurderinger av programtilbudet i 2002, 2003 og 2004,

<http://kringkasting.medietilsynet.no/sw2162.asp>

Council Directive 89/552/EEC of 3 October 1989 on the coordination of certain provisions laid down by Law, Regulation or Administrative Action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities, <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:EN:HTML>

Forskrift om kringkasting (FOR 1997-02-28 nr. 153),

<http://www.lovdata.no/for/sf/kk/kk-19970228-0153.html>

Lov om kringkasting (LOV 1992-12-04 nr. 127),

<http://www.lovdata.no/cgi-wift/wiftldles?doc=/usr/www/lovdata/all/nl-19921204-127.html&dep=alle&titt=lov+om+kringkasting&>

NRKs vedtekter av 30. april 1996 (revidert versjon av 14. juni 2004),

<http://odin.dep.no/filarkiv/213826/NRK-vedtekter.pdf>

NRKs vedtekter av 30. april 1996 (revidert versjon av 7. oktober 2005)

Ofcom Broadcasting Code,

<http://www.ofcom.org.uk/tv/ifi/codes/bcode/ofcom-broadcasting-code.pdf>

St.meld. nr. 46 (1994-95) *Om tilleggskanal for NRK-Fjernsynet mv.*

TV 2s konsesjonsavtale fra 1991 (1991-2002),

<http://www.tv2.no/omtv2/konsesjon/article.jhtml?articleID=45624>

TV 2s konsesjonsavtale fra 2001 (2003-2009),

<http://pub.tv2.no/TV2/omtv2/tv2/article45636.ece>

## REFERERTE AVISARTIKLER

*Aldri vært verre for dokumentarfilmen*, Dagsavisen 03.04.03,

<http://www.dagsavisen.no/kultur/article951100.ece>

*Julia Roberts kler seg naken*, Aftenposten 13.11.02,

<http://atekst.mediearkivet.no/form?action=visartikkel&artikkelid=AFT200A/191510>

*Magisk Potter-rekord*, Aftenposten 26.11.02,

<http://www.aftenposten.no/oslopuls/movie/article444513.ece>

*NAKEN JULIA*, Aftenposten 07.05.02,

<http://atekst.mediearkivet.no/form?action=visartikkel&artikkelid=AFT200A/158599>

*Potter-hysteri og ekstatiske anmeldere*, Dagsavisen 22.06.03,

<http://www.dagsavisen.no/kultur/bok/article955240.ece>

*Valgerd refser NRK*, Dagsavisen 07.02.03,

<http://www.dagsavisen.no/kultur/2003/02710840.shtml>

2003: *Det store norske filmåret*, Aftenposten 06.01.03,

<http://atekst.mediarkivet.no/form?action=visartikkel&artikkelid=AFT200A/200964>

## REFERERTE FILMER

Anderson, Paul Thomas, *Boogie Nights*

Anderson, Paul Thomas, *Punch Drunk Love*

Benestad, Even, *Alt om min far*

Benigni, Roberto, *Pinocchio*

Bowman, Rob, *Ildens herskere*

Broomfield, Nick, *Biggie & Tupac*

Broomfield, Nick, *Kurt & Courtney*

Broomfield, Nick, *Tracking down Maggie*

Chaplin, Charlie, *Diktatoren*

Cameron, James, *The Terminator*

Cameron, James, *Terminator 2: Judgement Day*

Christophersen, Birgit Semb, *La meg være ung!*

Columbus, Chris, *Harry Potter og de vises stein*

Columbus, Chris, *Harry Potter og mysteriekammeret*

Cuarón, Alfonso, *Og mora di også*

Eastwood, Clint, *Blodspor*

Hanson, Curtis, *8 Mile*

Hill, Walter, *Ubeseiret*

Jackson, Peter, *Ringenes herre – to tårn*

Lucas, George, *Star Wars*

Mayer, Daisy von Scherler, *Guruen*

Medem, Julio, *De elskende ved polarsirkelen*

Medem, Julio, *Det røde ekorn*

Medem, Julio, *Sex og Lucia*

Medem, Julio, *Tierra (Kjærlighetens engler)*  
Medem, Julio, *Vacas (Om krig og kjærleik)*  
Moore, Michael, *Bowling for Columbine*  
Moore, Michael, *Fahrenheit 9/11*  
Moore, Michael, *Roger and me*  
Mostow, Jonathan, *Terminator 3: Rice of the Machines*  
Noyce, Phillip, *Rabbit Proof Fence*  
Schrader, Paul, *Auto Focus*  
Scorsese, Martin, *Gangs of New York*  
Soderbergh, Steven, *Full Frontal*  
Soderbergh, Steven, *Sex, lies and videotape*  
Soderbergh, Steven, *Solaris*  
Spielberg, Steven, *E.T.*  
Spielberg, Steven, *Haisommer*  
Spielberg, Steven, *Indiana Jones*  
Spielberg, Steven, *Minority Report*  
Tamahori, Lee, *Die Another Day*  
Taymor, Julie, *Frida*  
Tremaine, Jeff, *Jackass – the movie*  
Zwart, Harald, *Agent Cody Banks*  
Åkerlund, Jonas, *Spun*

## **REFERERTE FJERNSYNSPROGRAMMER**

*Absolutt underholdning* (TV 2, 11.11.02-22.11.02)  
*Arena* (TV 2)  
*Barne-TV* (NRK1)  
*Bokbadet* (NRK1)  
*Dagsrevyen* (NRK1)  
*Extra* (TV3, 11.11.02-21.11.02)  
*Frokost-TV* (NRK1)  
*God kveld, Norge!* (TV 2)  
*God morgen, Norge* (TV 2)

*Hovedscenen* (NRK2)  
*Idol* (TV 2)  
*Koht vs. Jay-Diva* (NRK2)  
*Kulturnytt* (NRK1)  
*Mens vi venter på Operaen* (TV 2)  
*Nyhetene* (TV 2)  
*Nyhetsblikk* (NRK2)  
*Populære bilder* (NRK1)  
*Reisesjekken* (TVNorge)  
*Standpunkt* (NRK1, 21.10.03)  
*Stereo* (NRK2, 11.11.02-21.11.02)  
*Synnøves duell* (TV 2)  
*Underholdningsnyhetene* (TV 2)

## **SENTRALE NETTADRESSER**

<http://www.medietilsynet.no/>

<http://www.nrk.no/>

[www.odin.dep.no](http://www.odin.dep.no)

<http://www.ofcom.org.uk/>

<http://pub.tv2.no/TV2/>

<http://www.tv3.no/>

<http://europa.eu/>

## APPENDIKS 1: INTERVJUGUIDER

### *Absolutt underholdning og Stereo*

1. Navn?
2. Stilling?
3. Hvor lenge har du jobbet i denne redaksjonen?
4. Hvor mange mennesker jobber i redaksjonen?
5. Kan du fortelle litt om hvordan dere jobber i denne redaksjonen, spesielt i planleggingsfasen til en sending?
6. Kan du fortelle litt om hvordan dere velger ut sakene deres?
7. Er det noen temaer som har større interesse for dere enn andre?
8. Er det noen land dere har mange saker fra? Eventuelt hvorfor?
9. Hva er dere opptatt av når det gjelder vinkling av saker?
10. Hva mener du karakteriserer et godt innslag?
11. Hva er en god sending for deg?
12. Programmet deres består av mange forskjellige elementer (for eksempel reportasjer, intervjuer, musikalske innslag, anmeldelser). Hva slags program er dette?
13. Hvordan vil du beskrive profilen på programmet deres?
14. Vil du si at kulturprogram er en riktig betegnelse på programmet deres?
15. Er dette noe dere diskuterer i redaksjonen, altså om dere er et kulturprogram?
16. Ser du noen konflikt mellom kulturstoff og underholdningsstoff?
17. Er det noen andre programmer på egen eller andre norske kanaler som dere sammenligner dere med eller konkurrerer med?
18. Kan du fortelle litt om målgruppen for programmet deres?
19. Opplever dere at dere når publikumssegmentet som dere ønsker på en tilfredsstillende måte?
20. Har dere erfart noen utvikling i forhold til dette i løpet av den tiden dere har holdt på med programmet? Hva tror du eventuelt dette kan skyldes?
21. Er dere opptatt av å nå mange? Er eventuelt folkelighet noe dere er opptatt av?
22. Er dette et viktig program for kanalen? På hvilken måte?
23. Er det noe du kunne tenke deg å ta opp eller spørre om til slutt?

## *Extra*

1. Navn?
2. Stilling?
3. Hvor mange mennesker arbeidet i *Extra*-redaksjonen?
4. Kan du fortelle litt om hvordan arbeidet med programmet kom i gang, var det for eksempel TV3 eller deres selskap som hadde ideen?
5. Kommer programmet på luften igjen? (Evt. hvorfor ikke?)
6. Kan du fortelle litt om hvordan dere jobbet i denne redaksjonen, spesielt i planleggingsfasen til en sending? (Oppfølgingsspørsmål!)
7. Kan du fortelle litt om hvordan dere valgte ut sakene deres? Var det noen temaer som var mer interessante for dere enn andre?
8. Var det noen land dere hadde mange saker fra? Evt. Hvorfor?
9. Hva var dere opptatt av når det gjelder vinkling av saker?
10. Hva var en god sending for deg?
11. Hvordan vil du beskrive profilen på programmet? (Kan kulturprogram være en betegnelse på programmet?)
12. Var dette noe dere diskuterte i redaksjonen, altså hva slags profil dere skulle ha?
13. Var det noen sider ved stoffet eller vinklingen som du syntes det var problematisk å arbeide med?
14. Ser du noen konflikt mellom seriøs kultur/underholdningsjournalistikk og promotering/reklame av kulturarbeiderne?
15. Var det noen andre programmer på egen eller andre norske kanaler som dere sammenlignet dere med eller konkurrerte med? (Hvorfor/hvorfor ikke?)
16. Kan du fortelle litt om hvem som var målgruppen for programmet deres?
17. Opplevde dere at dere nådde denne målgruppen på en tilfredsstillende måte?
18. Erfarte dere noen utvikling i forhold til seertall i løpet av den tiden dere holdt på med programmet? Hva tror du eventuelt dette kan skyldes?
19. Tror du dette var et viktig program for TV3?
20. Er det noe du kunne tenke deg å ta opp eller spørre om til slutt?

## APPENDIKS 2: TRANSKRIPSJONER

### Kodenøkkel

#### Tale/annen lyd (L):

<i>Minority Report</i>	tittel på et verk
VO	voice-over; tale som er lagt over et bildeutsnitt der den ikke hører hjemme
...	ny retning i talen
<xx>	helt eller delvis uforståelig(e) ord
[Spielberg]	oversatt, teksten tale

#### Bilde (B):

TOT	utsnitt som rommer hele hendelsens/handlingens figurer (typisk ett eller flere mennesker)
HNÆ	utsnitt av en av hendelsens/handlingens figurer (typisk et brystutsnitt)
NÆ	tett delutsnitt av en av hendelsens/handlingens figurer (typisk et ansiktsutsnitt)

#### Personer:

NN	Felles betegnelse for ukjente, ikke navngitte personer
GA	Guttorm Andreasen
AH	Anne Hoff
ST	Stål Talsnes
BME	Brita Møystad Engseth
CB	Connie Barr
HF	Hanne Fjellvang
SSG	Svanhild Sveinsdatter Grov
TL	Tommy Lørdahl
RO	Ronny Oksvold
RP	Russell Poole
NB	Nick Broomfield
VW	Voletta Wallace
SS	Steven Spielberg

## Innslag fra *Stereo*

### **STEREO, ONSDAG 13. NOVEMBER 2002**

#### **Presentasjon av kommende reportasje om OIF, studioinnslag, ca. 15 sek.**

1

Bilde:

HNÆ GA stående i studio, henvendt til kamera. Kamera kjører langsomt nærmere GA.

Tale:

GA: I morgen starter Oslo Internasjonale Filmfestival for tolvte gang her i hovedstaden. Og filmfestivalsjef Tommy Lørdahl, han får nesten som vanlig anledning til å vise frem alle filmene han digger i ti dager. Vi har sett noen smakebiter, følg med her.

#### **(Reportasje, ca. 3 min. 20 sek.)**

1

Bilde:

Bilder fra det rotete kontoret til festivalsjefen TL. Deretter HNÆ TL sittende i telefonen. Tekstplakat viser at reporter er Svanhild Sveinsdotter Grov.

Tale:

VO SSG: Her vert Oslo Internasjonale Filmfestival til, på et ikkje altfor ryddig kontor midt i byen. Her er mannen som utan ei krone i løn, lagar festival for tolvte året på rad.

TL: Oslo Filmfestival, Tommy?

2

Bilde:

NÆ TL med en film som går i bakgrunnen. Tekstplakat: Tommy Lørdahl, Festivalsjef, Oslo Int. Filmfestival.

Tale:

SSG OFF: Du har liksom din egen filmfestival, du, der du får lov til å visa folk filmar som du likar. Korleis er det?

TL: Ja, altså, man gjør jo det i mer eller mindre grad andre steder også. Programsjefer, festivalsjefer i andre festivaler har jo den jobben fordi de sitter med noen kunnskaper om det de holder på med og er i stand til å bringe...bringe de tingene som en slags kurator. Fi...lete etter det beste, finne det beste...mulig, og gi det tilbudet til publikum.

3

Bilde:

Bilder fra *Punch Drunk Love* av Paul Thomas Anderson. Tekstplakat.

Tale:

VO SSG: Hugsar du *Boogie Nights*? Mannen bak er klar med ny film som visas på festivalen. Denne gongen med Adam Sandler i ei litt anna rolle enn me er vande med.

VO TL: Nå har han lagd en passe skrudd romantisk komedie, med Adam Sandler i hovedrollen. Ikke så speeda som han bruker å være i sine roller, men fungerer faktisk og gjør sin beste rolle noensinne der. Og med andre skuespillere der så lager de en virkelig fantasifull romantisk komedie.

4

Bilde:

Bilder fra filmen *Frida* av Julie Taymor. Tekstplakat.

Tale:

VO SSG: Filmen om den meksikanske kunstnaren Frida Kahlo med Salma Hayek i hovedrolla, har Lørdahl også sikra seg til festivalen.



5

Bilde:

HNÆ TL med en film som går i bakgrunnen.

Tale:

TL: Det er en fascinerende latinsk film, mexikansk historie, spennende, fargerike personligheter på alle måter.

6

Bilde:

Bilder fra filmen *Auto Focus* av Paul Schrader. Tekstplakat.

Tale:

VO SSG: Paul Schrader sin siste film, *Auto Focus*, har også fanga interessa til festivalsjefen.

VO TL: Her og handler det da om en super...eller veldig populær tv-stjerne som blir presset inn i et nytt yrke...som produserer pornografiske filmer...spiller i pornografiske filmer. Og kommer totalt inn i den industrien, og det går veldig galt til slutt.

## **STEREO, TORSDAG 14. NOVEMBER 2002**

### **Introduksjon til dagens sending, studioinnslag, ca. 36 sek.**

1

Bilde:

Fra oransjefarget skjerm med programlogo som viser NSM sin silhuett kommer bildet av HNÆ GA i studio til syne gjennom en sirkel som stadig utvider seg til den fyller hele skjermen. GA står ved en vindeltrapp, kamera kjører langsomt i halvsirkel nærmere ham. Tekstplakat viser navnet hans.

Tale:

GA: Hei, velkommen til *Stereo*. I dag er det torsdag, og da er det som vanlig masse film på programmet. I dag skal du blant annet få se fra den nye filmen til Stephen Soderbergh, det var han som ble superstjerne nesten over natten for en god del år tilbake med filmen *Sex, Lies and Videotape*. Nå har han laget en film som heter *Full Frontal*, det er en sånn håndholdt, DVD-aktig greie med Julia Roberts og Brad Pitt i hovedrollene. Og filmen fremkalte blant annet følgende overskrift i mørkeblå Aftenposten i går: "Julia Roberts kler seg naken"! Det skjer selvfølgelig mye mer annet i *Stereo* også, her er resten av sakene våre.

### **Overskrift**

1

Bilde:

Overgangen mellom forrige teaser og denne markeres med hvite sirkler som beveger seg utover i bildet. Bildene er hentet fra filmen *Rabbit Proof Fence*. Både øverst til venstre og nederst til høyre er noe av skjermen farget helt oransje, en indikasjon på at dette er en teaser.

Tale:

VO GA: Australia tvangsgiftet og flyttet på urbefolkningen i mange år. Nå skaper filmen om tre jenters skjebne sterk splid i landet.

### **Presentasjon av kommende innslag, studioinnslag, ca. 14 sek.**

1

Bilde:

HNÆ GA sittende i studio, henvendt til kamera. Kamera kjører langsomt mot GA.

Tale:

GA: Torsdag er altså filmdag her i *Stereo*, og denne helgen så får du alt fra Brad Pitt til australske urbefolkningsdrama. Her er ukens premierer.

## Anmeldelse av *Full Frontal*, studioinnslag, ca. 3 min. 5 sek.

1

Bilde:

GA og AH sittende i studio, med en tv-skjerm mellom seg. Klipp fra siste film erstattes av programlogo. Bildene veksler mellom TOT av begge og HNÆ av en av den. Tekstplakat: Anne Hoff, Filmmedarbeider, NRK.

Tale:

GA: Ja, velkommen, Anne Hoff. Mange premierer denne uken også. Det har vært mye filmer nå i høst. Du, den filmen vi så sist her nå, *Full Frontal*, det er vel den med størst sånn stjernepotensiale, i hvert fall?

AH: Ja, vi så jo Julia Roberts her, selv om hun hadde en litt dårlig hårdag, tror jeg. I hvert fall ikke noen spesielt glamorøs utgave.

GA: (ler)

AH: Men både hun og, som du sa, Brad Pitt er med, og denne filmen er jo laget av en av de store kjendisregissørene, Steven Soderbergh, som er en slags sånn gullgutt i Hollywood.

GA: Han er en litt sånn gammel...eller sånn regissør type fra gamle dager, han, hvor regissørene virkelig var stjerner. Som lager veldig mange forskjellige typer filmer og er helt der oppe, er han ikke det?

AH: Jo, så har han jo...han har jo på en måte gjort det at...eller det mesterstykket at han har blitt nominert til regioscar for to filmer på samme år. Det skjedde jo med *Traffic* og med *Erin Brocovich*. Og det er jo litt av en innsats. Og samtidig så har han en slags sånn kultstatus, og han har evnen til å trekke et veldig stort publikum.

GA: *Full Frontal*: masse stjerner, ristet kamera og alt dette her, hva handler det om, egentlig?

AH: Ja, den er, som jeg sa, ganske uglamorøs. Det er en veldig spesiell film som handler om en filminnspilling, og så handler det om menneskene som er tilknyttet filminnspillingen, og så handler det om menneskene som er tilknyttet bransjen, og så er det en film i filmen. Så det er en sånn veldig kinesisk eske-variant, da. Og veldig mange menneskeskjebner som møtes...litt sånn *Short Cuts*. Ja, det høres veldig forvirrende ut. Når alt sammen er med blanding av vanlig film og håndholdt kamera, så blir det en ganske forvirrende film, også.

GA: Men tror du det er en bevisst dogmefi...dogmefilm fra ham? Altså, følger han dogmereglene helt?

AH: Det er...det er ikke helt dogme, nei. Altså, den er spilt inn på veldig lavbudsjett. Det er litt sånn...han har samlet venner og kjente, atten dagers innspilling. Men han har l...innført noen egne dogmereglene med blant annet at skuespillerne skulle ha...de måtte gjøre sminken sin selv, og de måtte ha egne klær. Derfor så de kanskje litt mer...det er sånn Julia Roberts ser ut til hverdags, da.

GA: Men, Hollywood får liksom ikke til det der dogmegreiene?

AH: De kan nok kanskje få det til. Altså, Steven Soderbergh har jo laget *Sex, løgn og videotape*, som du sa først, som var en veldig, veldig oppsiktsvekkende film, som også var en lavbudsjett og en liten, billig film som...som ble regnet for veldig god. Men nå har han laget en film som virker som han eksperimenterer for eksperimentell...det eksperimenterendes skyld. Han klarer ikke helt å holde trådene i handlingen, den blir egentlig veldig intern, den blir veldig uinteressant å se på for oss. Det virker som han har improvisert seg veldig mye fram, han har mistet litt tråden underveis. Det blir...karakterene makter ikke å interessere oss i det hele tatt. Så jeg må innrømme at jeg synes det er en ganske uinteressant film.

GA: Det er veldig mange som har fokusert på dette med at vi endelig får se Julia Roberts naken, da. Var det spennende? (ler)

AH: Ja, det (ler). Jeg tror jeg blunket. Nei, men det sier jo også noe om...det er jo liksom dette med dogmereglene og det håndholdte kamera. At du da skal få skuespillerne til å føle seg så frie. Det er jo det som er noe av poenget med hele denne formen, da. Og det er mulig at da...da blir jo skuespillerne helt gjerne og vranger jo av seg klærne og skal liksom oppføre seg veldig naturlig. Men...men jeg vet ikke, jeg synes de egentlig bare virker som de bare spiller sitt eget sånn litt selvopptatte, nervøse, innadvendte, uinteressante selv, jeg, altså. Det her er ikke en spesielt god Steven Soderbergh-film.

## STEREO, TORSDAG 21. NOVEMBER 2002

### Overskrift

1

Bilde:

Helt oransje skjerm som blir påført en hvit ujevn strek, på skrå fra øvre høyre hjørne til nedre venstre. Streken splitter den oransje skjermen i to deler som trekker seg fra hverandre. Bilder fra filmen *Harry Potter og mysteriekammeret* kommer til syne. Litt av det oransje blir værende igjen på begge sider av skjermen.

Tale:

VO GA: Harry Potter, har han fremdeles evnen til å forhekse oss? Dommen får du her i *Stereo*.

**Anmeldelse av filmen *Sex og Lucia*, studioinnslag, ca. 1 min og 35 sek.**

1

Bilde:

GA og AH sittende i studio med en tv-skjerm mellom seg. Vekselvis TOT av begge og HNÆ/NÆ av en av dem. Tekstplakat introduserer AH som "Filmedarbeider, NRK".

Tale:

GA: Anne Hoff er som vanlig på plass her hos oss, velkommen Anne.

AH: Hei. Takk.

GA: Kan vi begynne å prate litt om den siste filmen vi så her, *Sex og Lucia*. Er det som vanlig sånn dampende spansk lidenskap fra Julio Medem?

AH: Ja, vi så jo litt av dette her. Det er for alle de som føler at de nå trenger litt lys og varme i vintermørket, for å si det sånn. Spansk surrealisme og erotiske fantasier tror jeg kan være stikkordet for den filmen her. Både form og innhold.

GA: Skal vi bare plassere Medem lite grann. For det er sikkert mange som har sett filmene hans, men han er ikke så kjent som Almodovar, for eksempel.

AH: Nei, han er liksom den andre spanske regissøren vi...vi tar bryet med å lære navnet på. Han har laget filmer som har titler som *Vacas*, *Det røde ekorn* tror jeg mange har sett, *Tierra*, *De elskende ved polarsirkelen* fikk et ganske stort publikum. Ofte litt sånne surrealistiske filmer med...med rare skjebnetræder som veves inn i hverandre, vakre bilder, vakre mennesker. Her også er det da, som vi ser, veldig mye erotikk, men også en sånn merkelig, gåtefull måte å fortelle historier på.

GA: Ja, for han er utdannet psykiater. Det kan vi jo se på filmene hans, kan vi ikke det?

AH: Jo det er litt...og veldig sansen for drømmesymbolikk og en slags sånn drømmeaktig fortellerstil. Hvor du ikke helt...hvor fortid og nåtid, drøm og virkelighet, fiksjon, virkelighet...alt dette veves i hverandre på veldig, veldig...vi har sansen for riktig filmgåter, vakre mennesker, masse erotiske krumspring, så har du filmen her.

GA: I fine farger.

AH: I vakre, fine farger, ja.

GA: Jeg lever jo etter prinsippet om at alt som ikke kommer fra Hollywood, det bør man gå og se uansett på kino, da. Ikke nødvendigvis fordi alt fra Hollywood er dårlig (ler).

AH: Nei (ler).

GA: Men du vet at det andre, det er som regel bra.

**Anmeldelse av filmen *Harry Potter og mysteriekammeret*, studioinnslag/klipp fra filmen, ca. 3 min og 30 sek.**

1

Bilde:

GA og AG sittende i studio, med en tv-skjerm mellom seg. Bildene skifter mellom TOT av begge personer og HNÆ/NÆ utsnitt av en av dem.

Tale:

GA: Du, vi skal over til en virkelig stor, stor helt for veldig mange fra fem til femognitti. Harry Potter er tilbake.

AH: Og han er tilbake så det suser. Det er bok nummer to som er filmatisert.

GA: Ja. Vi skal se et lite klipp, hvor går vi inn?

AH: Vi går inn ganske tidlig i filmen. Harry og Ron er på vei til et nytt skoleår på Galtvort, og de tar himmelveien, for å si det sånn.

GA: Da kikker vi.

2

*Kort utdrag fra filmen, ikke transkribert.*

3

Bilde:

GA og AG sittende i studio, med en tv-skjerm mellom seg. Bildene skifter mellom TOT av begge personer og HNÆ/NÆ utsnitt av en av dem.

Tale:

GA: Jeg må jo si da...det...i hvert fall er det sånn hjemme hos oss. Det er ikke ofte...liksom at...alle fra tiåringen til...til far gleder seg like mye til...til en film. Er det...er det...er det bra Anne?

AH: Tiåringen blir i hvert fall ikke skuffet, fordi det her er jo bø...eller filmer som er laget veldig *for* bokleserne. Chris Columbus, som har laget filmene, han tar veldig utgangspunkt i bøkene. Han presenterer deg for alt det du har lest om, og alle ser omtrent ut sånn som du innbiller deg at de ser ut når du leser bøkene. Det er veldig mye mer action, som vi så...fantastiske spesialeffekter i den filmen her. Den første var kanskje litt...li...om ikke stillestående, så i hvert fall...

GA: Ja, for der trengte man litt tid på å introdusere alle figurene og Galtvort og at det finnes en sånn trollmannverden. Nå er det bare...mer pang rett på?

AH: Ja...ja...ja...ja...så det ble litt mindre...ja, nå går det veldig rett på. Det var sånn...jeg så den sammen med en tiåring selv, og hun sa bare at...denne var en kjempespennende film, men det spennende begynte så fort.

GA: (ler)

AH: Da tenkte jeg...det er en utrolig klok måte å si det på. Fordi at her har du på en måte actionutgaven av Harry Potter, da. Så det jeg da nesten savner, det er jo litt mer glimt fra dagliglivet på Galtvort. For det er jo dette fantastiske universet som ungene og vi voksne lesere også gjerne vil være i så lenge som mulig. Men...men veldig mye morsomt her, ikke minst på effektsiden. Kenneth Branagh er jo fabelaktig som denne utrolig sleske nye læreren, og vi har også en veldig god dataanimert...lille hus...hus...nissen.

GA: Lille...lille nissa.

AH: Den lille nissen, ja.

GA: Som...som går rundt i et sånt håndkle og sånn, er det ikke det, da?

AH: Ja...ja.

GA: Men du...denne her mysteriekammeret, da, det er utrolig skummelt, og det er nå disse dødseterne ordentlig kommer inn også, er det ikke det?

AH: Jo, det er masse...det er svære edderkopper, det er en slange...en basilisk. Så det er...altså, jeg vil si små barn må være forberedt på at det her er ganske kraftige saker. Og særlig fordi...som sagt, det er ikke så mye hvilepunkter i mellom. Det er veldig mye gjennomgående drivende action her og ikke så veldig mye sånne små rolige episoder, da.

GA: Hva tror du skjer nå, som skuespillerne vokser fortere enn de klarer å lage film, og til og med så er Humlesnurr død?

AH: Ja, da...de må jo på en måte følge opp litt til. Det skal...jeg...vi skal jo følge disse ungene etter hvert som de blir litt eldre. Og nå kommer jo Harry og co i puberteten, og da kommer det også en ny regissør som kan lage litt sånn...sensuelle pubertetsskildringer. Det siste han gjorde var *Og mora di også*, den meksikanske filmen.

Han skal jo nå overta Harry Potter-universet, og jeg tror kanskje det kan trengs en mer...litt mer...litt mer magi, litt mer mellommenneskelige relasjoner, litt mer humor, varme.

GA: Det blir spennende altså. Mye action, men spennende å se på. Vi snakkes igjen neste torsdag, takk skal du ha, Anne.

## Innslag fra *Absolutt underholdning*

### **ABSOLUTT UNDERHOLDNING, MANDAG 11. NOVEMBER 2002**

#### **Melding om filmen *8 Mile*, kombinasjon studioinnslag/båndinnslag, ca. 28 sek.**

1

Bilde:

Først vises CB stående i studio, henvendt til kamera. I veggen i bakgrunnen ses to innfelte skjermer som viser bilder fra *8 Mile*. Deretter vises en rekke bilder fra *8 Mile* i full skjerm.

Tale:

CB/VO CB: I helgen gikk filmen *8 Mile* med Eminem i hovedrollen, rett til topps på amerikanske kinoer.

Eminem topper også hitlistene med musikk fra filmen. *8 Mile* er Eminems første filmrolle, og historien er hentet fra miljøet han vokste opp i. Rekordstarten til tross, det er vel en viss fare for at m...en bebrillet guttunge tar over førsteplassen når *Harry Potter* har premiere neste helg. *8 Mile* kan du se på norske lerreter fra 24. januar.

## **ABSOLUTT UNDERHOLDNING, ONSDAG 13. NOVEMBER 2002**

### **Presentasjon av kommende innslag om OIF, kombinasjon studioinnslag/båndinnslag, ca. 43 sek.**

1

Bilde:

HNÆ CB stående i studio, henvendt til kamera. Deretter diverse bilder fra filmen *Frida*, samt et bilde av HNÆ SH under et intervju. Så følger et bilde av HNÆ AS under et intervju. Til slutt HNÆ CB stående i studio, henvendt til kamera.

Tale:

CB: Så skal det handle om film. Ikke mindre enn sekstito filmer står på plakaten når Oslo Filmfestival starter i morgen. Publikum kan blant annet få med seg Salma Hayek i rollen som den meksikanske kunstneren Frida Kahlo. De kan også oppleve en seriøs Adam Sandler i *Punch Drunk Love*, og spillefilmdebuten til den omstridte musikkvideoregissøren Jonas Åkerlund, dopfilmen *Spun*. Men festivalfilmen det har vært mest kontrovers rundt er nok likevel *Biggie&Tupac*. Drapene på de to rapperne er blitt sett på som et internt oppgjør i rap-miljøet. Men, i dokumentaren mer enn antydes det at det var FBI og Los Angeles-politiet som sto bak.

### **Reportasje om filmen *Biggie&Tupac*, ca. 1 min. 50 sek.**

1

Bilde:

Klipp fra filmen *Biggie&Tupac*, regi Nick Broomfield. Tekstplakat.

Tale:

VO RO: *Biggie&Tupac* er historien om to av USAs største rappere gjennom alle tider. To gode venner som festet sammen og som rappet sammen. Men et sted gikk det fryktelig galt og de to ble bitre fiender. I 1996 ble Tupac skutt i Las Vegas, og Biggie beskyldes for å stå bak mordet. Et halvt år senere blir han selv drept. En ren hevnaksjon, mener de fleste. Men ikke alle.

2

Bilde:

Bildene er hentet fra en nyhetssending på kanalen CBS. Det er sannsynlig at bildene så har vært brukt i dokumentaren. Først vises HNÆ NN, kvinnelig nyhetsoppleser i CBS. Deretter HNÆ RP. Til slutt vises et bilde av Biggie og et av Tupac.

Tale:

NN: Tonight: Shocking allegations against the city's top <cop>. Former detective Russell Poole files <xproofx> against the department. Poole says he uncovered dirty cops while investigating the murders of rappers Biggie Smalls and Tupac Shakur.

3

Bilde:

Bildene er hentet fra nyhetssendingen på CBS. Bildene viser TOT RP på en pressekonferanse, kamera kjører mot RP til bildet er HNÆ. Tre personer står i bakgrunnen.

Tale:

VO RO: Politietterforsker Russell Poole ble tatt av saken etter dette. Flere av hans kolleger jobbet nemlig som bodyguards for byens rappere på fritiden.

4

Bilde:

HNÆ NB med en filmplakat for *Biggie&Tupac* i bakgrunnen. Tekstplakat: Nick Broomfield, regissør.

Tale:

NB: You just feel it as a deep corruption that...of a society, you know, where the values are much more to do with preserving public confidence in the police force, than in actually getting to the bottom of what happened.

5

Bilde:

Først bilder av amerikansk bylandskap gjennom bildene i en bil. Deretter HNÆ NB ved rattet i en bil, mens han slår et nummer på en mobiltelefon. Deretter bilde gjennom bilvinduet av amerikansk bilmiljø.

Tale:

VO RO: Broomfield begynte å grave i saken og fant blant annet ut at begge rapperne var under konstant overvåking av FBI.

6

Bilde:

HNÆ NB med en filmplakat for *Biggie&Tupac* i bakgrunnen.

Tale:

NB: Biggie and Tupac were followed by the FBI as...as potential subversive elements. You know.

7

Bilde:

Stillbilder av forskjellige mennesker.

Tale:

VO RO: Men merkelig nok var ikke FBI på plass da de to ble drept.

8

Bilde:

NÆ VW. Tekstplakat: Voletta Wallace, Biggies mor.

Tale:

VW: If FBI was following my son, where were they that night my son was shot?

9

Bilde:

HNÆ RP i et miljø som ligner en fabrikk eller en gård. Tekstplakat: Russell Poole, tidl. politietterforsker.

Tale:

RP: The reason being is because they do not want to expose to the public that Los Angeles police officers were involved in the conspiracy to kill Biggie Smalls.

10

En kjørende politibil i mørke, med blinkende lys. Flere andre bilder rundt politibilen.

## ***ABSOLUTT UNDERHOLDNING, TORSDAG 14. NOVEMBER 2002***

### **Overskrifter**

1

Bilde:

HNÆ EB og EPB stående utenfor et gult hus, EB løfter et filmkamera. Den nederste halvparten av skjermen dekkes av transparent rød farge. Tekstplakat: Drama bak kamera.

Tale:

VO CB: Voldsomme krangler under innspillingen av *Alt om min far*. Se bildene som avslører drama bak kamera.

2

Bilde:

Klipp fra filmen *Blodspor*. Den nederste halvparten av skjermen dekkes av transparent rød farge. Tekstplakat: Clint'ern rir igjen.

Tale:

VO CB: Og Clint Eastwood rir igjen. Få med deg hva actionelsker Brita mener om Clinterns nye film.

**Anmeldelse av filmen *Blodspor*, ca. 2 min. 45 sek.**

1

Bilde:

BME og CB sittende i hver sin stol i studio. Først TOT av begge, deretter HNÆ BME. Tekstplakat: Brita Møystad Engseth, kulturredaktør, Dagsavisen. Til slutt HNÆ CB.

Tale:

CB: Ja, velkommen.

BME: Takk, takk.

CB: Torsdag betyr, Brita, at du er her for å drive relevant folkeopplysning om helgens premierefilmer (ler).

BME: (Ler). Ja, og en av dem er *Blodspor*, den siste til...til Clint Eastwood. Det er den tyvende filmen han har regissert seg selv i.

CB: Det er jo helt utrolig. Og han har blitt toogsøtti år.

BME: Det har han. Og så denne gangen har han da til og med lagt inn en liten hjerteoperasjon, eller hjertetransplantasjon, til og med. Så han er litt skral når han skal ut og jage skurker denne gangen.

CB: (Ler). Ja, han både regisserer og produserer, altså, og spiller selvsagt også hovedrollen som hjertesyk FBI-etterforsker som prøver å få kloa i en seriemorder.

*Kort utdrag fra filmen, ikke transkribert.*

2

Bilde:

BME og CB sittende i studio, bildene veksler mellom TOT av begge og HNÆ av en av dem. To ganger under anmeldelsen erstattes studiobildene med klipp fra filmen. Når BME gir karakter, vises tekstplakat med tittel og regissør på nytt, samt de seks mulige "A"-ene en film kan få. De er først gråfargede, før tre av dem farges hvite for å vise at filmen får karakteren tre.

Tale:

CB: Ja, det går nedover med gamle guder (ler).

BME: (Ler). Det gjør det.

CB: De må tåle kjeft fra legen sin og.

BME: Ja, han må det. Nå er...nå er han nok riktignok ikke så skral i virkeligheten. Men det er...det er...det er ikke så gøy å se Clint Eastwood være hjertetransplantert...operert, pensjonert FBI-agent.

CB: (Ler).

BME: Det...det legger på en måte en demper på hva han kan gjøre. Og han blir på en måte en slags...jeg vet ikke, jeg, en Miss Marple? (Ler). Veldig...det som mangler er liksom håndvesken der han tusler rundt og knirker med stemmen sin og forsøker å finne ut hvem det er som har...ja, gjort alt det fryktelige, da. Og universet er ikke så veldig stort. Det er liksom bare en håndfull mennesker å velge mellom. Så IQ-en din må ikke være veldig høy for at du skal skjønne hvem det er som liksom står bak all denne ondskapen, da.

CB: (Ler). Men altså, jeg har bare sett noen av de fi...filmklippene, og det...det ser jo ikke så veldig actionpreget ut, som du sier. Det er veldig mye preik?

BME: Ja, det er...altså noen mener at det er en av de sympatiske sidene av Clint Eastwood, at han lar rollefigurene få lov til å snakke og utvikle seg. Men de snakker og de snakker, og det utvikler seg og det utvikler seg, men det skjer jo ingenting (ler). Og da blir man...i en Clint Eastwood-film så har man lov til å bli utålmodig over slike ting, selv om han også begynner å bli gammel.

CB: Ok, så hvor havner vi da på den berømmelige skalaen?

BME: Ja, det er jo...det er jo ikke verre enn en Derrick-episode, liksom, <så ender jo> på en treer.

CB: (Ler). Ok. En treer til Clintern.

BME: Ja.

CB: Ja vel.

***ABSOLUTT UNDERHOLDNING, TORSDAG 21. NOVEMBER 2002***

**(Anmeldelse av filmen *Harry Potter og mysteriekammeret*, studioinnslag/klipp fra filmen ca. 2 min og 45 sek.)**

*Filmvignett, ikke transkribert*

1

Bilde:

BME og ST sitter i hver sin stol i studio. Både på gulvet og på veggen ser man programlogoen. Fargene i studio går i rødt (mest framtreddende), blått, hvitt og sort. Bildeutsnittet veksler mellom TOT av begge personer og HNÆ utsnitt av en av dem.

Tale:

ST: Velkommen skal du være Brita. Vi skal snakke om film igjen, og ikke hvilken som helst film heller. I morgen er det endelig premiere på Harry Potter nummer to, den heter *Harry Potter og mysteriekammeret*. Men uansett hva du og andre filmkritikere måtte si her (ler) så kommer vel folk til å gå og se denne filmen uansett.

BME: Å, ja. Dette er en av de to filmene man skal se før jul. Det er denne, og så er det *To Tårn*, selvfølgelig. Men nå først da: Harry Potter.

ST: Ja. Og vi må selvfølgelig se et klipp fra filmen. Vi går inn når fosterfamilien Dumling har låst Harry inne på rommet og satt gitter for vinduene. Men Harrys bestekamerat Ronny Wittersen og brødrene hans kommer til unnsetning i en forhekset Ford Anglia.

2

*Kort utdrag fra filmen, ikke transkribert.*

3

Bilde:

BME og ST sitter i hver sin stol i studio. Både på gulvet og på veggen ser man programlogoen. Fargene i studio går i rødt (mest framtreddende), blått, hvitt og sort. Bildeutsnittet veksler mellom TOT av begge personer og HNÆ utsnitt av en av dem.

Tale:

ST: Ja, nå er det din tur, Brita. Oppgjørets time. Hva synes du om *Harry Potter og mysteriekammeret*?

BME: Å ja, hva synes jeg? Jeg tror at...helt klart, hvis jeg hadde vært syv, åtte, ni, ti, så hadde jeg vært helt vill. Det var sånne filmer jeg ønsket meg da jeg var liten. Den minner meg om bøker jeg leste da jeg var liten. Den er litt sånn *Fem i fare*, har jeg funnet ut. Bortsett fra at dette her er da selvfølgelig magi og fantastiske effekter og alle sånne ting, og effektene imponerte meg veldig. For disse menneskene har jo hatt mindre penger å rutte med enn det Peter Jackson har hatt med...med *Ringenes Herre* og *To Tårn*. Så det de har fått til er veldig imponerende. Jeg...i noen få sekunder så var jeg jo nesten sikker på at den der femogtyve meter lange slangen var virkelig (ler). Men samtidig så varer den da i to timer og førti minutter, og det er veldig lenge (ler). Og man skal ha veldig mye på hjertet for at ting skal være interessant i to timer og førti minutter. Så jeg ble litt sånn...ikke dårlig, ikke superbra. Men av hensyn til alle barn, da, så får jeg vel strekke meg til en...en firer, rett og slett.

ST: Karakteren fire for *Harry Potter og mysteriekammeret*. Vel, den har fått både fem og tre før, så du legger deg midt på.

BME: Ja.

ST: Den som bare hadde vært åtte år, ikke sant (ler)?

BME: Ja, ikke sant. Helt klart, helt klart (ler).

## Innslag fra *Extra*

**EXTRA, ONSDAG 13. NOVEMBER 2002**

**Melding om filmen *Jackass – the movie*, kombinasjon studioinnslag/båndinnslag, ca. 35 sek.**

1

Bilde:

Diverse bilder fra filmen *Jackass – the movie*.

Tale:

VO HF: MTVs serie *Jackass* er blitt film og gjør stor suksess på amerikanske kinoer. Og den har til og med slått Oscar-nominerte filmer som *Frida* og *The Truth About Charlie* med antall kinobesøkere. Hvis du ikke vet hva *Jackass* handler om, så handler det helt enkelt om en gjeng gale typer som prøver å slå seg mest mulig gjennom



å utsette seg for livsfarlige ting. Og den som slår seg mest, er den beste. Serien har fått mye omtale, og det var i sin tid store diskusjoner om hvorvidt stuntene kunne sendes på tv. Filmen kommer til å ha Europa-premiere i januar neste år.

#### **EXTRA, TORSDAG 14. NOVEMBER 2002**

##### **Overskrift**

1

Bilde:

Overgangen fra forrige headline, samt overgangen til den etterfølgende headline, markeres med en programlogo. Den består av tittelen på programmet i røde bokstaver mot en gul bakgrunn. Logoen "beveger seg mot" tilskueren før den passerer og blir borte. Mellom disse logoene vises bilder fra filmen *Guruen*. Bildene fra filmen rammes inn av en oval halvsirkel. Utenfor rammen er skjermen gul, og i det venstre nedre hjørnet er det skrevet "extra".

Tale:

VO HF: Få med deg intervjuet med Jimi Mistry. Det er han som har hovedrollen i filmen *Guruen*, som går på norske kinoer.

#### **EXTRA, MANDAG 18. NOVEMBER 2002**

##### **Presentasjon av kommende innslag om regissør Steven Spielberg, studioinnslag, ca. 17 sek.**

1

Bilde:

HNÆ HF stående i studio, henvendt til kamera.

Tale:

HF: Hei, jeg heter Hanne Fjellvang, du ser på *Extra*. Forholdet mellom USA og kommuniststyrte Cuba er kanskje på vei å bli bedre. Den amerikanske regissøren Steven Spielberg gjør i alle fall alt han kan for å skape et framtidig samarbeid.

##### **Reportasje om Spielbergs besøk på Cuba, ca. 1 min. og 55 sek.**

1

Bilde:

Først klipp fra filmen *Minority Report*, deretter bilder av den store menneskemengden i og utenfor lokalet der Spielberg oppholder seg.

Tale:

HF: Filmen *Minority Report*, som hadde norgespremiere i august, har nå hatt premiere på Cuba. Og at amerikanske filmer hylles der, hører til sjeldenhetene. Hundrevis av mennesker ble avvist da de prøvde å komme seg inn i lokalet der den amerikanske regissøren Steven Spielberg oppholdt seg. Spielberg hadde tatt turen til Cuba i anledning premieren på filmen *Minority Report*. Nesten tre hundre mennesker sto i kø utenfor, i håp om at de skulle få billetter til premieren. Men andre nøyet seg med at de fikk et glimt av den store regissøren.

2

Bilde:

HNÆ SS stående i et lokale, snakker i en mikrofon. I forgrunnen ses hodet på publikummere. Tekstplakat: Steven Spielberg. Når SS er ferdig med talen, bukker han og trekker seg litt bort fra mikrofonen. Kamera beveger seg lenger unna regissøren, og vi ser mer av publikum som klapper. Videre vises bilder av SS som loses gjennom en menneskemengde inne i et lokale. Deretter filmer fra en mørk kinosal der en film pågår på lerretet. Til slutt bilder fra en mørk bygata omgitt av en menneskemengde.

Tale:

SS: I hope you get a lot out of *Minority Report*, because I...after only two days I have been riched and I've gotten so much out of Cuba. Thank you very much.

Publikum: (Applaus)

VO HF: Spielberg uttalte seg om den førti år gamle handelsblokaden og sa at han håper at USA og Cuba kan utbytte varer, kultur og film i fremtiden. Senere møtte Spielberg Fidel Castro, og ifølge ryktene diskuterte de kulturell utveksling, historie og politikk i åtte timer. Det ble arrangert en egen filmfestival til ære for Spielberg, der det ble vist filmer som blant annet *E.T.*, *Indiana Jones* og *Haisommer*. Det er tydelig at kinopublikummet var begeistret.

3

Bilde:

HNÆ MG stående utendørs, flere mennesker kan ses i bakgrunnen. Tekstplakat: Mariel Gonzalez.

Tale:

MG:[ I USA sier alle "vel, det er ikke sikkert at jeg går på denne premiæren (sic.), jeg kan gå på en annen"...  
...men for oss er det en stor ære. Ingen hadde trodd at Spielberg skulle komme hit.]

*Kort utdrag fra filmen, ikke transkribert.*

## **EXTRA, TIRSDAG 19. NOVEMBER 2002**

### **Overskrift**

1

Bilde:

Diverse klipp fra filmen *Pinocchio*.

Tale:

VO HF: Det klassiske eventyret om Pinocchio har nå blitt film. Få med deg klipp fra filmen i *Extra* i kveld.